

**TINJAUAN VISUAL KARAKTER
TOKOH SINGA DALAM IKLAN ANIMASI ES KRIM
PADDLE POP *VERSI DINOTERRA***

TUGAS AKHIR SKRIPSI



**OLEH:
MIMIN KURNIAWATI SUSENO
NIM. 15151146**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2019**

**TINJAUAN VISUAL KARAKTER
TOKOH SINGA DALAM IKLAN ANIMASI ES KRIM
PADDLE POP *VERSI DINOTERRA***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Desain (S1)
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



**OLEH:
MIMIN KURNIAWATI SUSENO
NIM. 15151146**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2019**

PENGESAHAN
TUGAS AKHIR SKRIPSI
TINJAUAN VISUAL KARAKTER
TOKOH SINGA DALAM IKLAN ANIMASI ES KRIM
PADDLE POP *VERSI DINOTERRA*

Oleh :

Mimin Kurniawati Suseno

NIM. 15151146

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 10 Desember 2019

Tim Penguji

Ketua Penguji : Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn.

Penguji Bidang : Handriyotopo, S.Sn., M.Sn.

Pembimbing : Dr. Ana Rosmiati, S.Pd, M.Hum

Skripsi ini telah diterima sebagai
Salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)
Pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta 20 Desember 2019
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Joko Budiwiyanto, S.Sn., M.A.
NIP. 197207082003121001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mimin Kurniawati Suseno

NIM : 15151146

menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang berjudul :

TINJAUAN VISUAL KARAKTER

TOKOH SINGA DALAM IKLAN ANIMASI ES KRIM PADDLE POP

VERSI DINOTERRA

Adalah karya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarism, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk kepentingan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Surakarta, 20 Desember 2019

Yang menyatakan

Mimin Kurniawati Suseno

NIM. 15151146

HALAMAN MOTTO

Syair Opick yang wajib menjadi dasar manusia untuk hidup di dunia.

Obat hati ada lima perkaranya

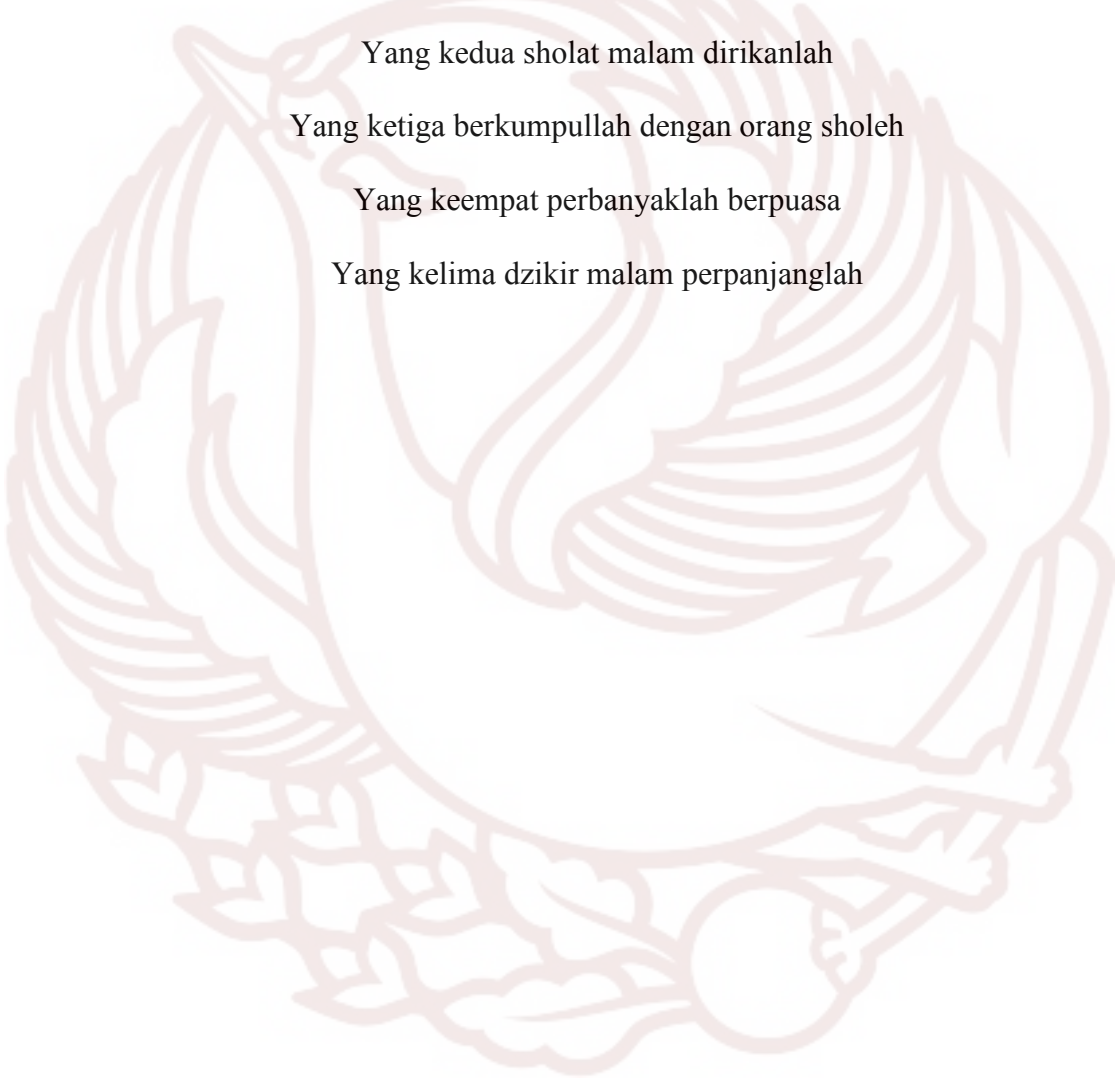
Yang pertama baca Quran dan maknanya

Yang kedua sholat malam dirikanlah

Yang ketiga berkumpul dengan orang sholeh

Yang keempat perbanyaklah berpuasa

Yang kelima dzikir malam perpanjanglah



ABSTRAK

Perusahaan berlomba-lomba menghasilkan iklan yang bagus dan berbeda. Iklan dengan audio visual lebih mudah untuk menarik perhatian konsumen terutama jika target marketnya adalah anak-anak. Animasi menjadi salah satu teknik yang banyak digunakan untuk membuat iklan audio visual yang menarik. Desain karakter menjadi salah satu hal terpenting dalam sebuah film atau iklan sebagai ujung tombak penyampaian pesan dari perusahaan. Paddle Pop versi Dinoterra merupakan salah satu iklan animasi memiliki karakter utama yang memiliki ciri khas tersendiri. Penulisan ini dilakukan untuk mendeskripsikan visual karakter yang baik menurut Scoot McCloud berdasarkan tiga aspek yakni kejiwaan atau *inner life*, *visual distinction*, dan sikap ekspresif, tujuan selanjutnya untuk menemukan pengaruh desain karakter Paddle Pop singa terhadap iklan animasi es krim Paddle Pop versi Dinoterra berdasarkan teori iklan AIDCA milik Kotler yaitu *Attention* (Perhatian), *Interest* (Menarik), *Desire* (Keinginan) *Conviction* (Keyakinan), *Action* (Tindakan) Kotler. Metode penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Desain karakter singa Paddle Pop memiliki kejiwaan yang terbentuk dari lingkungan atau turunan, tampilan visual yang berciri khas dengan baju petualangan dan tubuh kekar yang terakhir Paddle Pop mempunyai sikap ekspresif yang mudah untuk menunjukkan perasaanya. Selanjutnya desain karakter singa Paddle Pop mampu mempengaruhi iklan yang di buat oleh perusahaan berdasarkan teori AIDCA karena karakter ini menarik perhatian dengan menyajikan visual yang bagus, menarik perhatian karena memiliki pesan yang jelas, meyakinkan konsumen dengan mendekatkan diri dengan menyajikan *call to action* seperti bergabunglah atau ikuti, dan memberi contoh untuk melakukan tindakan seperti memakan es krim. Selain karakter singa Paddle Pop memiliki banyak karakter yang menarik untuk di teliti. Desain karakter harus di buat dengan baik dan bagus karena mampu mempengaruhi iklan yang di produksi.

Kata kunci: *Iklan, Animasi, Paddle Pop, Karakter, AIDCA*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “TINJAUAN VISUAL KARAKTER TOKOH SINGA DALAM IKLAN ANIMASI ES KRIM PADDLE POP *VERSI DINOTERRA*” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta. Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang dihadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena telah memberi hidayah untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.
2. Kaprodi DKV ISI Surakarta Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn
3. Dr.Ana Rosmiati, S.Pd, M.Hum. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah sabar membimbing, membantu dan mengarahkan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Kepada Bapak, Bude, Pakde keluarga di Malang atas dukungan moral dan materialnya.
5. Sahabat Aremania dan Aremanita
6. Keluarga Nanas Media Surabaya atas semangat dan kesetiannya.

7. Sahabatku Tyas, Andin, Hana, Monika, Wahyu, Mona, Sarah, Ayu, Santos dan Berli yang setia menemani selama proses pengerjaan.
8. Teman-teman DKV angkatan 2015 atas dukungan semangat, bantuan, serta kebersamaanya selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat menyempurnakan laporan ini. Atas segala bantuannya penulis berharap semoga amal baik yang telah diberikan dapat mendapat balasan terbaik dari Allah SWT.

Surakarta, 25 November 2019
Yang menyatakan

Mimin Kurniawati Suseno
NIM. 15151146

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| PERNYATAAN | II |
| HALAMAN MOTTO | III |
| ABSTRAK | IV |
| KATA PENGANTAR | V |
| DAFTAR ISI | VII |
| DAFTAR GAMBAR | X |
| DAFTAR TABEL..... | XII |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| 1. Manfaat Teoritis | 6 |
| 2. Manfaat Praktis | 7 |
| E. Tinjauan Pustaka | 7 |
| F. Kerangka Konseptual..... | 10 |
| 1. Animasi..... | 10 |
| 2. Karakter | 12 |
| 3. Iklan..... | 18 |
| G. Metode Penelitian..... | 23 |
| 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 23 |

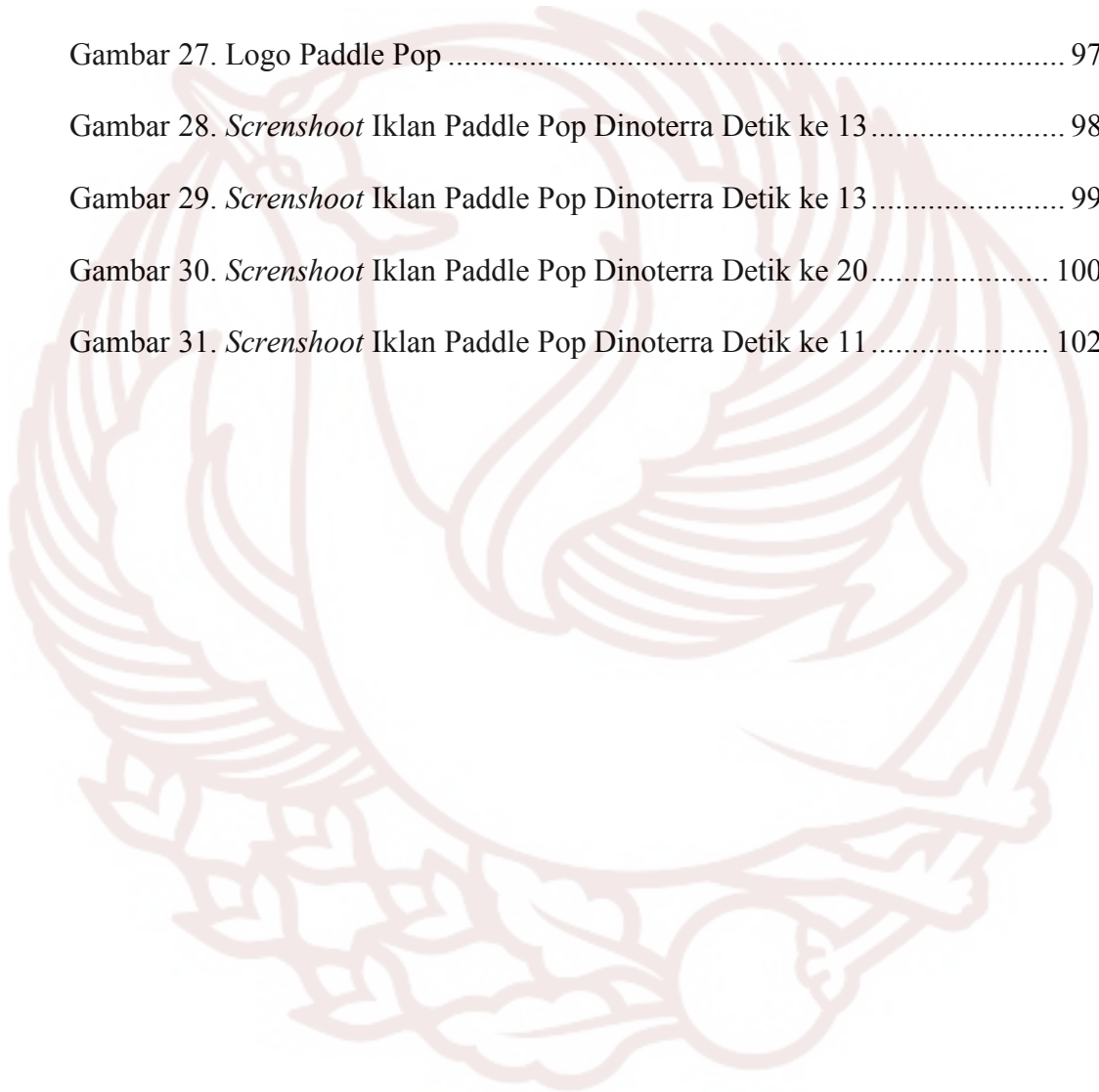
| | |
|---|----|
| 2. Subjek Penelitian..... | 24 |
| 3. Sumber Data..... | 24 |
| 4. Metode Pengumpulan Data..... | 25 |
| H. Kerangka Pemikiran | 32 |
| I. Sistematika Penulisan..... | 35 |
| BAB II..... | 36 |
| GAMBARAN UMUM PADDLE POP | 36 |
| A. Sejarah Wall's Ice Cream | 36 |
| B. Paddle Pop..... | 40 |
| C. Paddle Pop Versi Dinoterra..... | 56 |
| 1. Kristal Raungan..... | 58 |
| 2. Kristal Terbang..... | 58 |
| 3. Kristal Serang..... | 59 |
| BAB III..... | 62 |
| TINJAUAN VISUAL KARAKTER SINGA PADDLE POP | 62 |
| VERSI DINOTERRA | 62 |
| A. Tokoh di dalam Paddle Pop versi Dinoterra..... | 62 |
| 1. Paddle Pop | 64 |
| 2. Liona..... | 66 |
| 3. Spike..... | 67 |
| 4. Twitch..... | 68 |
| 5. Profesor Higgabottom | 69 |
| 6. Kara | 69 |

| | |
|--|-----|
| 7. Nikko | 70 |
| 8. Ratu Felina | 71 |
| 9. Raja Adisa dan Ratu Shifa | 72 |
| B. Tinjauan Visual Karakter Singa Paddle Pop Versi Dinoterra | 73 |
| 1. Kejiwaan karakter atau inner life | 74 |
| 2. Visual Distintion | 76 |
| 3. Sikap Ekspresif | 87 |
| BAB IV | 94 |
| PENGARUH DESAIN KARAKTER SINGA PADDLE POP | 94 |
| TERHADAP IKLAN | 94 |
| A. Attention | 95 |
| B. Interest | 97 |
| C. Desire | 99 |
| D. Conviction | 99 |
| E. Action | 101 |

DAFTAR GAMBAR

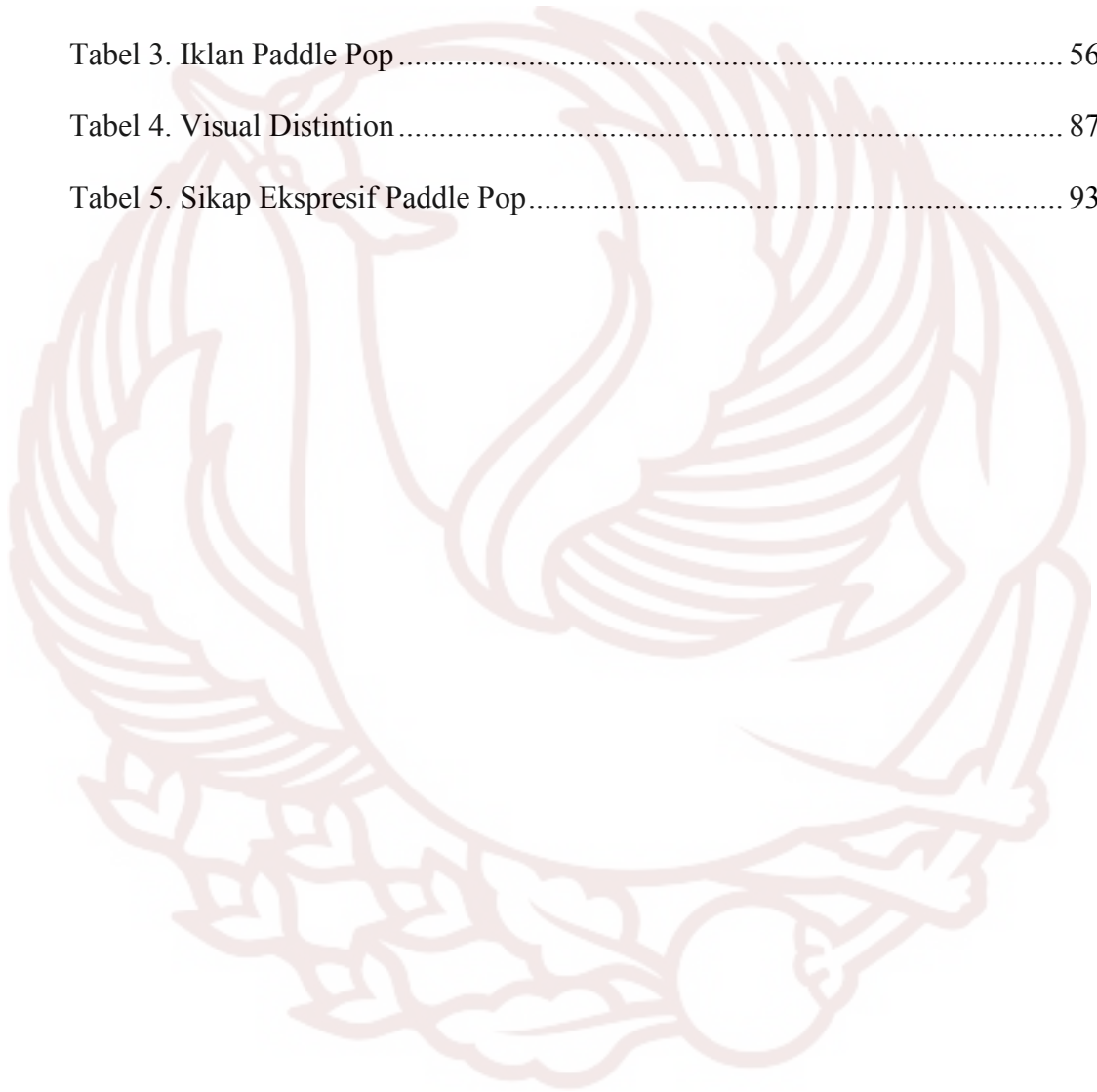
| | |
|--|----|
| Gambar 1. Karakter Singa Paddle Pop | 4 |
| Gambar 2. Hasil Survei Wall's dan Campina dari Surveyon | 30 |
| Gambar 3. Bagan Penelitian..... | 34 |
| Gambar 4. Kereta yang membawa daging-daging produksi Wall's..... | 36 |
| Gambar 5. Thomas Wall..... | 37 |
| Gambar 6. Logo Wall's Ice Cream..... | 38 |
| Gambar 7. Penghargaan Halal Awards..... | 39 |
| Gambar 8. <i>Screenshoot</i> Web SWA | 41 |
| Gambar 9. <i>Game Andoid</i> Dinoterra..... | 57 |
| Gambar 10. Kristal Raungan..... | 58 |
| Gambar 11. Kristal Terbang..... | 59 |
| Gambar 12. Kristal Serang..... | 59 |
| Gambar 13. Atlet Kungfu dan HewanPanda..... | 63 |
| Gambar 14. Karakter Kungfu Panda | 63 |
| Gambar 15. Paddle Pop | 66 |
| Gambar 16. Liona..... | 67 |
| Gambar 17. Spike..... | 68 |
| Gambar 18. Twitch..... | 68 |
| Gambar 19. Prof. Higgabotom..... | 69 |
| Gambar 20. Jenderal Kara..... | 70 |
| Gambar 21. Nikko | 71 |
| Gambar 22. Ratu Felina..... | 72 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 23. Orang Tua Paddle Pop..... | 73 |
| Gambar 24. Paddle Pop dan Liona mengalahkan Shadow Master..... | 75 |
| Gambar 25. <i>Screenshoot</i> Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 10..... | 95 |
| Gambar 26. Desain kemasan Es Krim Paddle Pop..... | 96 |
| Gambar 27. Logo Paddle Pop | 97 |
| Gambar 28. <i>Screenshoot</i> Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 13..... | 98 |
| Gambar 29. <i>Screenshoot</i> Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 13..... | 99 |
| Gambar 30. <i>Screenshoot</i> Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 20..... | 100 |
| Gambar 31. <i>Screenshoot</i> Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 11..... | 102 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Daftar Es Krim Paddle Pop | 43 |
| Tabel 2. Film-Film Paddle Pop | 52 |
| Tabel 3. Iklan Paddle Pop | 56 |
| Tabel 4. Visual Distintion | 87 |
| Tabel 5. Sikap Ekspresif Paddle Pop | 93 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Iklan merupakan salah satu cara perusahaan berkomunikasi kepada masyarakat untuk mengenalkan produk atau jasanya. Hampir semua perusahaan berlomba-lomba membuat iklan yang berbeda dan selalu berinovasi agar dapat meningkatkan penjualan mereka. Menurut Tjiptono (2008 : 226) iklan merupakan bentuk komunikasi tidak langsung yang didasar pada informasi tentang keunggulan dan keuntungan suatu produk. Periklanan merupakan komunikasi perusahaan dengan pasar, iklan yang dibuat harus mampu membius atau menyampaikan pesan kepada pelanggan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Kehadiran iklan tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan saja, tetapi juga semua masyarakat secara luas karena dengan adanya iklan masyarakat akan mengerti akan kelebihan atau keuntungan yang akan didapat ketika akan membeli produk atau jasa. Kemudian akan memudahkan mencari informasi di mana lokasi barang atau jasa tersebut bisa didapatkan dan tahu berapa banyak biaya yang dibutuhkan juga pasti mengetahui barang-barang terbaru tanpa harus tertinggal informasi dan ketinggalan zaman. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling terkenal, dan paling banyak dibahas orang karena daya jangkauannya yang luas.

Menyusun strategi promosi yang kreatif dan menentukan strategi mana yang paling efektif untuk menghasilkan dampak yang sangat besar terhadap produk

merupakan tantangan yang besar bagi perusahaan. Strategi dan promosi yang tepat akan menghasilkan identitas merk yang lebih baik dan tidak mudah ditiru oleh produk lain tetapi untuk membuat hal itu harus disesuaikan dengan target konsumen. Salah satu cara mempromosikan produk atau jasa terbaik adalah dengan menggunakan iklan karena mampu memberi dampak yang besar bagi produk yang ditawarkan akan tetapi dampak yang ditimbulkan tergantung dari tujuan setiap perusahaan contohnya ketika perusahaan bertujuan menjatuhkan produk pesaing untuk mengunggulkan produk perusahaan.

Iklan dengan menggunakan *audio visual* lebih mudah menarik perhatian target audiensnya seperti iklan yang tampil di televisi, *youtube* atau media sosial. Kemudian *audio visual* menjadi sangat menarik untuk digunakan terutama jika targetnya adalah anak-anak mereka cenderung menyukai warna kontras dan visual yang sederhana namun disertai *audio*, menurut Anderson 1994:99 dalam jurnal penggunaan media audio visual dalam pembelajaran anak usia dini oleh Ayu Fitria mengatakan bahwa audio visual merupakan gambar elektronis yang disertai oleh unsur suara audio juga mempunyai unsur gambar yang dituangkan melalui pita video. Ana Rosmiati (2014:105) mengatakan bahwa iklan yang digemari masyarakat adalah iklan yang ada gambar maupun suaranya. Animasi merupakan salah satu teknik yang menggunakan audio dan visual dalam proses pembuatannya, kemudian animasi dinilai lebih mudah menarik perhatian anak-anak karena memiliki tampilan yang penuh dengan gambar dan suara.

Teknik animasi biasanya dijadikan pilihan bila konsep iklannya sulit dieksekusi dengan mempergunakan aktor dari dunia nyata seperti jika syuting

dengan konsep sapi minum susu hal itu tidak mungkin terjadi di dunia nyata tetapi bisa sangat mudah jika dikerjakan dengan teknik animasi. Umumnya iklan animasi di Indonesia banyak di jumpai pada produk anak-anak seperti permen, susu, mainan dan multivitamin atau obat-obatan. Dalam setiap iklan animasi yang dibuat untuk suatu produk anak-anak pasti ada karakter utama yang digunakan sebagai ikon utama produk tersebut karakter dan harus di desain semenarik mungkin agar mempunyai daya tarik dan perberbedaan dengan karakter lain.

Animasi merupakan gambar yang dihidupkan dan di buat sedemikian rupa agar terlihat nyata. Banyak produk yang menggunakan animasi sebagai media untuk mengiklankan produk mereka seperti oreo, molto, milkita, Paddle Pop dan masih banyak lagi. Dari banyaknya produk yang menggunakan animasi sebagai media iklan Paddle Pop memiliki perbedaan dengan yang lain karena produk ini tidak hanya membuat sebuah iklan animasi saja tetapi juga membuat film animasinya. Dalam setiap film selalu memiliki *lakon* atau karakter utama karena tanpa adanya karakter utama sebuah film tidak dapat menyampaikan isi cerita.

Karakter utama sangatlah penting karena dijadikan sebuah poros dalam film, ciri khas dan gaya yang dimiliki harus berbeda dengan tokoh lain hal ini berguna untuk memudahkan penghafalan pada karakter tersebut. Pada dasarnya desain karakter untuk film animasi semuanya berkonsep “manusia” jadi seperti membuat karakter hewan atau benda mati seperti alat makan, alat mandi menjadi manusia yang bisa berbicara, berjalan, memancing dan beraktivitas seperti manusia. Salah satu iklan animasi yang menjadikan hewan sebagai karakter utama adalah produk es krim Paddle Pop.

Karakter utama singa itu mereka beri nama Paddle Pop, seekor singa pemberani yang berjuang dengan teman-temannya untuk membela kerajaannya agar terbebas dari musuh jahat yang berusaha menguasai kerajaan singa dengan kekuatan jahat yang akan membinasakan seluruh penduduk kerajaan. Selain bertugas menyampaikan isi cerita film, karakter utama biasa digunakan sebagai kekuatan untuk kegiatan berpromosi karena mempunyai daya tarik tersendiri. Karakter utama akan tampil pada semua media iklan seperti pada *design packaging*, iklan *youtube*, desain majalah atau menjadi maskot pada setiap kegiatan yang diadakan diluar kantor.



Gambar 1. Karakter Singa Paddle Pop
(Sumber. <https://www.google.com/search?q=karakter+singa+paddle+pop>
diakses 18 Mei 2019)

Paddle Pop sukses membuat karakter singa yang mampu membuatnya dicintai oleh masyarakat terutama anak-anak dan berusaha berkomunikasi melalui

berbagai macam iklan yang dibuat mulai dari film animasi, majalah, game android, *event* yang melibatkan kegiatan anak dan masih banyak lagi. Kemudian prestasi yang pernah di capai adalah menjadi *icon* iklan tervaforit pada *event Bright Awards* Indonesia tahun 2017 hal ini yang menjadikan peneliti tertarik pada karakter singa ini dan menjadikannya sebagai bahan untuk skripsi dengan judul “Tinjauan Visual Karakter Singa Dalam Iklan Animasi Es Krim Paddle Pop Versi Dinoterra”.

Penelitian ini menjadi menarik karena dengan meneliti karakter jadi mengetahui bagaimana cara membuat iklan menjadi hidup dan menarik melalui sebuah karakter dan hal ini sangat berguna untuk orang yang bekerja di dunia kreatif salah satunya Desain Komunikasi Visual yang berhubungan secara langsung dengan dunia periklanan hal ini akan dikaji dengan menggunakan teori karakter milik Scott McCloud tentang aspek yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah karakter yakni jiwa, ciri khas dan sikap ekspresif teori ini menjadi pilihan karena dinilai memiliki faktor yang paling lengkap yaitu tidak hanya memperhatikan sisi luarnya saja tetapi juga memperhatikan sisi dalamnya seperti faktor kejiwaan. Selanjutnya karakter dihubungkan dengan pengaruh terhadap iklan dengan menggunakan teori AIDCA milik Kotler yaitu *attention, interest, desire, conviction dan action* dimana kelima aspek ini mampu membuat konsumen mudah merangsang kedalam iklan yang dibuat perusahaan, teori ini lebih komplit dari teori iklan lain yang kebanyakan hanya membahas tentang dasar periklanan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang di dapat adalah.

1. Bagaimana tinjauan visual karakter singa Paddle Pop versi Dinoterra berdasarkan teori karakter Scott McCloud?
2. Bagaimana pengaruh desain karakter singa Paddle Pop terhadap iklan animasi es krim Paddle Pop versi Dinoterra berdasarkan teori iklan AIDCA Kotler ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah ditentukan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk.

1. Mendeskripsikan tinjauan visual karakter singa Paddle Pop versi Dinoterra berdasarkan teori karakter Scott McCloud.
2. Menemukan pengaruh desain karakter Paddle Pop Singa terhadap iklan animasi es krim Paddle Pop versi Dinoterra berdasarkan teori iklan Kotler.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini di bagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaatnya sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang tinjauan visual karakter kususnya dengan penggunaan teori karakter Scott McCloud.

- b. Memberikan pengetahuan tentang periklanan dengan penggunaan teori iklan AIDCA.
- c. Memberikan referensi kepada para *kreator* tentang desain karakter yang bagus sehingga dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah iklan.
- d. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan karakter.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat menambah wawasan tentang desain karakter yang bagus dan menarik pada sebuah iklan animasi khususnya.
- b. Memberikan informasi bahwa desain karakter atau ikon dapat membuat produk lebih mudah dikenal.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berfungsi untuk memfokuskan permasalahan yang diteliti melalui beberapa karya ilmiah, jurnal ataupun penelitian yang sudah ada, dan juga berfungsi sebagai pendukung keaslian penelitian. Tinjauan pustaka yang diperlukan untuk membandingkan perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini berkisar tentang karakter, animasi dan periklanan, hal ini dilakukan untuk memberikan studi pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian terdahulu. Berikut sejumlah tinjauan pustaka yang terkait dengan penelitian, antara lain.

Jurnal kedua digunakan adalah Jurnal Vis. Art & Des, Vol. 5, No. 2 tahun 2013 dengan judul Kajian Transformasi Visual Karakter Eevee pada *Game* Pokemon Series Generasi I-V karya Dewi, Imam dan Alvanoz dari Fakultas Seni Rupa dan

Desain, Program Studi Magister Desain Institut Teknologi Bandung. Isi dari jurnal ini membahas tentang kajian tranformasi karakter Eevee dalam *game* pokemon dengan menggunakan teori *Manga Matrix* yaitu pengkajian studi karakter manga jepang dan dikombinasikan dengan Teknik *morphological forced connections* dan teori warna. Bagaimana visualisasi desain karakter Pokemon sebagian besar di buat berdasarkan karakter hewan dan terdapat beberapa perubahan visual karakter desain menjadi lebih sederhana, ikonik dan secara keseluruhan visual yang ditampilkan oleh karakter pokemon merupakan terapan hasil dari metode *Manga Matrix*. Kesamaan antara jurnal dan penulisan ini adalah sama-sama mengkaji tentang desain karakter akan tetapi yang menjadi pembeda adalah teori yang digunakan berbeda dan objek yang di teliti juga berbeda jurnal menganalisis karakter Eevee *game* pokemon sedangkan penulisan ini memiliki objek utama singa Paddle Pop, selebihnya jurnal ini menggunakan teori Manga Matrix sedangkan penelitian ini menggunakan teori dari Scott McCloud yang akan menganalisis berdasarkan aspek kejiwaan atau *inner life*, *visual distintion* dan sikap ekspresif.

Pujiyanto dalam jurnal Nirmana Vol.5, No. 1, Januari 2003 dosen Jurusan Seni dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang dengan judul Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. Jurnal ini membantu penelitian karena membahas tentang bagaimana strategi periklanan yang baik dengan melihat segmen pasar berdasarkan faktor demografi, geografi, dan psikologi untuk menghasilkan iklan yang berkualitas dan tepat sasaran, kemudian sebuah informasi dalam iklan yang mudah dipahami masyarakat akan memberikan tanggapan positif bagi konsumen. Hal ini sangat membantu karena penelitian yang dilakukan juga

membahas tentang periklanan, akan tetapi yang menjadikan pembeda antara penulisan dan jurnal ini ialah pada objek yang diteliti jurnal ini hanya membahas periklanan secara *general* atau umum sedangkan penelitian membahas tentang tinjauan visual karakter singa pada iklan animasi *Paddle Pop* dan pengaruh desain karakter terhadap iklan berdasarkan teori AIDCA.

Data penunjang lainnya adalah tesis pengkajian seni dengan judul Metode Perbandingan Karakter Komik Superhero Indonesia Dengan Amerika : Studi Kasus Gundala Dengan The Flash oleh Rendy Adi Kurniawan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta 2017 yang membahas tentang perbedaan karakter Gundala dengan tokoh superhero Amerika yaitu The Flash. Isi dari tesis ini adalah membandingkan kedua karakter superhero dengan menggunakan teori karakter milik Scoot McCloud yang dikombinasikan dengan teori milik Peter Coogan. Persamaan dari tesis dan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori McCloud yang berisi tentang suatu karakter yang baik memiliki tiga instrumen penting yaitu kejiwaan karakter, ciri khas visual dan sikap ekspresif. Kemudian yang menjadi pembeda dengan penulisan ini adalah tesis menggunakan gabungan antara teori McCloud dan Peter Coogan sedangkan penelitian ini hanya menggunakan teori McCloud yakni kejiwaan atau *inner life*, *visual distinction* dan sikap ekspresif. Kemudian perbedaan antara jurnal dan penulisan terletak pada objek yang diteliti yaitu jurnal memiliki objek seorang *hero* yakni Gundala sedangkan penulis memilih objek singa Paddle Pop.

Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jatim Vol. 2 Tahun 2013 yang berjudul Iklan Layanan Masyarakat Tentang *Cyberbullying* Untuk

Membentuk *Awareness* Masyarakat karya Dani dan Aryo dari prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan dalam menjadi jurnal ketiga untuk meninjau penelitian. Membahas tentang perkembangan dunia teknologi yang mempengaruhi perkembangan komunikasi antar manusia, akan tetapi tidak semua perkembangan tersebut membawa pengaruh positif tapi juga dampak negative seperti *cyberbullying*. Kemudian dibutuhkan sebuah iklan layanan masyarakat yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahayanya membuli orang lewat media sosial. Pembuatan iklan layanan masyarakat sama dengan membuat iklan produk atau jasa harus memperhatikan struktur iklan, AIDCA dan karakteristik media untuk menghasilkan segmen yang di targetkan. Jurnal ini memiliki persamaan dengan yang dibahas penulis karena sama-sama membahas tentang beberapa hal mengenai iklan dan pentingnya AIDCA, akan tetapi yang menjadi perbedaan dari kedua tulisan ini adalah objek yang diteliti. Penulis lebih memfokuskan membahas satu karakter dalam produk es krim versi Dinoterra sedangkan jurnal membahas tentang *cyberbullying*.

F. Kerangka Konseptual

Beberapa teori yang merujuk pada tinjauan visual karakter, iklan animasi digunakan untuk menjawab penelitian bagaimana tinjauan visual karakter singa pada iklan animasi *Paddle Pop* versi Dinoterra

1. Animasi

Olahan gambar yang dirangkai dari beberapa potongan gambar yang bergerak dan terlihat nyata disebut animasi dan biasanya karakter

yang digunakan adalah orang, hewan maupun objek lainnya yang divisualisasikan dalam bentuk 2D & 3D. Selain sebagai media untuk menghibur animasi juga menjadi penuntun, penginspirasi, dan juga sebagai penyampai pesan. Menurut Herdika, Agus dalam jurnal IT CIDA Vol 1 No. 1 Desember 2015 mengatakan bahwa Animasi sanggup menyampaikan pesan secara efektif karena mengandung unsur video dan audio.). Animasi merupakan gambar yang membuat objek seolah-olah hidup, disebabkan oleh sekumpulan gambar itu berubah beraturan dan bergantian ditampilkan.

Animasi merupakan gambar yang dibuat bergerak sedemikian rupa agar menghasilkan sebuah visual yang menarik. Membuat animasi tidaklah mudah ada beberapa proses yang cukup panjang, seperti memahami prinsip dasar pembuatan animasi, membuat naskah cerita, merancang *storyboard*, membuat desain karakter, merancang pergerakan itu adalah tahap pra produksi. Kemudian di tahap produksi sendiri ada proses penganimasian biasanya *software* yang digunakan tergantung kebutuhan misalnya akan membuat animasi 3D *software* yang membuat gambar menjadi nyata dan terlihat hidup atau animasi 2D yang lebih datar dan tidak terlihat hidup. Banyak hal yang harus di perhatikan ketika membuat film animasi selain membuat objek bergerak hal lain yang harus diperhatikan adalah suara pendukung objek atau karakter, warna *background*, dan masih banyak lagi.

Paddle Pop menghasilkan iklan yang menarik dengan memilih visualisasi animasi sebagai teknik yang digunakan dengan visualisasinya 3D hal ini membuat iklan akan lebih menarik karena gambar terlihat hidup dan nyata hal ini semakin menguatkan teori bahwa animasi mampu menyampaikan pesan secara efektif karena mengandung unsur video dan audio.

2. Karakter

Karakter merupakan objek yang bentuknya bermacam-macam baik berupa manusia, hewan atau objek lainnya tidak masalah bentuknya apa saja yang terpenting bisa memerankan cerita dengan baik. Karakter binatang sendiri ada dua jenis: karakter binatang yang dimanusiakan dan karakter binatang yang tampil sebagai binatang (Wahana komputer, 2007:135). Ilustrasi binatang banyak digunakan oleh film ataupun animasi yang mempunyai segmen anak-anak. Berdasarkan jurnal *sains dan seni pomits* vol. 3, No.1 2014 Jurusan Desain Produk Industri Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Intitut Teknologi Sepuluh November yang mempunyai judul Perancangan Buku Pendidikan Karakter Toleransi dan Cinta Damai untuk Anak Usia 3-5 Tahun oleh Yodie dan Dwi menyebutkan bahwa anak-anak lebih menyukai cerita fable berdasarkan hasil AIO kepada orang tua anak usia dini menunjukan bahwa anak mereka menyukai cerita dengan tokoh hewan. Karakter merupakan bagian terpenting dalam sebuah film, komik, cerita pendek ataupun iklan karena biasa digunakan sebagai media penyampaian pesan cerita.

Sifat karakter menjadi faktor utama dan penentu dalam desain karakter, yang membuat karakter tersebut unik dan berbeda. Dalam desain karakter, umumnya sifat ini harus tampak jelas dan langsung terlihat dari karakternya itu sendiri (Avisenna,dkk. 2013 : 97). Sedangkan menurut M.S Gumelar (2011:70) *character* (nyawa) adalah gabungan antara tampilan wajah, bentuk tubuh, kostum, aksesoris, adat, budaya kebiasaan, dan sifat atau kepribadian (*personality*) dari suatu tokoh yang dibuat, kemudian dalam bukunya *Making Comic* disebutkan bahwa kepribadian merupakan bagian dari karakter selain tampilan fisik sehingga tokoh yang dibuat mempunyai sifat-sifat yang diberikan. Kepribadian merupakan faktor kejiwaan dari sebuah karakter yang terbentuk oleh faktor lingkungan, oleh karena itu penelitian ini akan dianalisis menggunakan teori karakter milik Scoot McCloud yang membahas tentang bagaimana membuat karakter baik dan bagus yaitu mengandung unsur kejiwaan, tampilan secara visual dan sikap ekspresif.

Membuat *design* karakter selalu dirancang sedemikian rupa agar memiliki ciri khusus dan tidak dimiliki oleh karakter lainnya, sebuah desain karakter menjadi hal utama yang menjadikannya daya tarik selain segi cerita dalam sebuah film animasi. Karakter merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam sebuah film animasi, hal pertama yang harus diperhatikan adalah melengkapi secara detail deskripsi tokoh baik perilaku, penampilan fisik, maupun kostum. Gestur dan bahasa tubuh sama pentingnya dengan ekspresi wajah pada karakter. Harus ada perbedaan

antara tokoh utama dan tokoh pendukung, biasanya karakter utama di buat sesempurna mungkin baik dari segi visual seperti warna baju, warna kulit dan sifat karakter. Sedangkan karakter dibuat sederhana untuk melengkapi karakter utama.

Desain karakter merupakan hal utama yang paling diperhatikan oleh penonton karena sebagai pelaku utama dalam sebuah cerita. Partono Soenyoto (2017: 29) berpendapat bahwa karakter atau maskot adalah tokoh pembawa cerita dalam sebuah pertunjukan. Entah dalam pagelaran panggung, film hidup (live action), atau film animasi. Sebuah karakter dibangun atau didesain berdasar tuntutan skrip atau skenario. Baik sebagai tokoh baik yang dikenal protagonis maupun sebaliknya tokoh jahat alias antagonis. Kemudian menurut Maestri (2006: 2) menyatakan bahwa salah satu unsur terpenting sebuah animasi yang baik adalah desain karakter yang baik.

Menurut Scott McCloud ada 3 hal yang tidak boleh tertinggal ketika membuat sebuah karakter yang baik dan bagus yaitu memiliki *inner life*, *visual distinction*, dan sikap ekspresif. *Inner Life* dapat diartikan sebagai kejiwaan karakter yang bila didefinisikan dapat berarti sisi dalam kehidupan karakter dalam komik (McCloud, 2007:64). Kejiwaan juga dibentuk oleh sikap, sikap tidak terbentuk sejak lahir akan tetapi terbentuk berdasarkan proses pembelajaran yang sejalan dengan jalan hidupnya.

Visual distinction atau ciri khas merupakan hal yang terlihat secara visual oleh mata. Aspek ini memvisualisasikan tampilan-tampilan yang

menyimbolisasikan diri dalam tiap karakter dalam komik sehingga membuat suatu karakter berbeda dengan karakter lainnya (McCloud, 2007:71). Ciri khas yang terlihat secara visual oleh mata umumnya seperti bentuk wajah, kostum yang dikenakan karakter, properti, warna kulit, dan bentuk rambut.

Adanya sikap ekspresif pada seseorang atau karakter menjadikan lebih mudah untuk menarik perhatian *audien* dan memudahkan memahami karakter orang lain. Menurut Apriana dan Nurul PG PAUD Fkip Uad Yogyakarta dalam jurnalnya yang berjudul Mengembangkan Kepercayaan Diri Anak Melalui Komunikasi Ekspresif Pada Pembelajaran Di Kelas Anak Usia Dini. Orang yang berperilaku ekspresif akan menggunakan berbagai variasi pesan baik secara verbal maupun nonverbal, untuk menyampaikan keterlibatan dan perhatiannya pada apa yang dibicarakan untuk mencapai efektivitas dalam berkomunikasi. Selanjutnya merupakan sikap ekspresif, yaitu pola tubuh, baik secara verbal maupun visual yang berguna untuk membangun karakter (McCloud, 2007:76-77).

Aspek terakhir selain sikap ekspresif untuk mengetahui karakter orang lain, bentuk wajah merupakan aspek selanjutnya yang dapat digunakan untuk menilai orang lain. Menurut Dwi Sunar (2013:83) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki dagu yang lancip menandakan karakter yang positif, mudah bergaul dan sangat bersahabat. Dia memiliki kemampuan mengambil keputusan secara cepat. Dalam hal ini seseorang

dengan dagu lancip memiliki kepribadian yang mudah diterima oleh masyarakat.

Ada banyak alis yang dimiliki setiap karakter bentuknya tergantung dari cara setiap orang ketika merawatnya. Ada yang membiarkan tumbuh secara alami ataupun dicukur, bentuk yang dihasilkan dari perawatan juga mempresentasikan kepribadian karakter orang tersebut. Menurut Dwi Sunar (2013:126) orang yang memiliki gambar alis sejajar dengan lebar mata memiliki peruntungan yang baik. Mereka akan mendapatkan kesuksesan dalam berbagai bidang dan mempunyai bakat sebagai seorang pemimpin.

Membaca karakter seseorang juga bisa dilakukan dengan membaca bentuk mata. Ada banyak bentuk mata seperti mata bulat, mata sipit, mata besar, mata naik dan mata turun. Salah satu contoh bentuk mata dan kepribadiannya telah dijelaskan oleh Dwi Sunar (2013:48) bahwa seorang yang memiliki mata besar dan bercahaya adalah orang yang mempunyai sifat hati yang lunak, hangat dan ramah. Sehingga pemilik mata dengan bentuk yang besar merupakan karakter yang peduli dengan sekitar karena mempunyai sifat yang hangat dan ramah.

Bibir juga salah satu komponen dari wajah yang dapat digunakan untuk membaca karakter orang lain. Selain berfungsi sebagai alat untuk makan bibir juga berfungsi sebagai tempat artikulasi untuk menghasilkan bunyi tertentu. Beberapa bentuk bibir seperti bibir tebal, bibir tipis, bibir lebar, bibir bulat, bibir kecil dan bibir besar. Setiap bentuk bibir

mencerminkan karakter seseorang sebagai salah satu contoh orang yang memiliki bibir besar mempunyai sifat positif yaitu murah hati dan ekspresif, Dwi Sunar (2013:77).

Seberapa kuat karakter dan kepribadian seseorang dapat di lihat dengan hanya melihat bentuk pipinya. Bentuk pipi merupakan salah satu bahasa wajah yang patut untuk diperhitungkan untuk mengetahui karakteristik orang lain. Ada banyak bentuk pipi seperti pipi yang padat, pipi cembung (pipi tembem), pipi sempit, pipi lebar dan pipi cekung. Karakter orang yang memiliki pipi lebar tidaklah sama dengan pemilik pipi sempit. Menurut Dwi Sunar (2013:94) mengatakan bahwa pipi yang sempit tetapi kuat memberi kesan sifat yang keras kepala, berpendirian kuat kemudian memegang teguh pada prinsipnya dan tidak mudah untuk berubah opini.

Kepribadian seseorang juga bisa di nilai dari bentuk rambut yang di miliki. Ada banyak jenis rambut di dunia ini seperti rambut keriting, rambut lurus, rambut tipis, rambut lebat dan rambut bergelombang. Dwi Sunar (2013:37) mengatakan bahwa seseorang yang memiliki rambut yang lebat artinya dia memiliki keberanian dan daya tahan hidup yang bagus. Orang yang mempunyai rambut seperti ini menyukai tantangan dan mempunyai daya penyembuh untuk mengobati dan menghibur orang lain.

Membaca karakter bisa dilakukan dengan membaca seseorang berdasarkan bentuk dahi yang di miliki. Ada banyak jenis bentuk dahi seperti dahi lebar, dahi sempit, dahi lurus, dahi melengkung, dahi lancip.

Sebagai salah satu contoh karakter bisa di baca dengan melihat bentuk dahi dijelaskan oleh Dwi Sunar (2013:145) bahwa seseorang yang memiliki dahi pendek menandakan orang yang kurang cerdas dan berpikiran pendek, ini bisa diartikan bahwa pemilik dahi seperti ini merupakan seseorang yang gegabah dan tidak berfikir Panjang ketika akan mengambil keputusan. Ekspresi wajah merupakan aspek terpenting dalam pembentukan sebuah karakter melalui ekspresi wajah kita dapat mengenali dan mengerti emosi orang lain. Penelitian-penelitian tentang hubungan antara ekspresi wajah dengan emosi menunjukkan bahwa ada lima emosi dasar yang jelas diwakili oleh ekspresi wajah: marah, takut, bahagia, kaget dan jijik. Selain itu *body language* atau bahasa tubuh juga dapat menunjukkan bagaimana keadaan emosional orang lain.

3. Iklan

Iklan merupakan alat komunikasi perusahaan dengan pasar untuk menyampaikan informasi ketika akan mengeluarkan produk baru atau menjual kembali produk lama yang belum terjual. Menurut Tjiptono (2008 : 226) iklan merupakan bentuk komunikasi tidak langsung yang di dasar pada informasi tentang keunggulan dan keuntungan suatu produk. Sedangkan menurut (Rama, 2015 : 59) iklan adalah salah satu komponen *marketing* yang umum dilakukan oleh perusahaan bahkan kegiatan iklan di anggap sangat penting jika ingin produknya sukses di pasar.

Banyak media yang digunakan untuk menyampaikan pesan seperti media cetak koran, majalah, tabloid, brosur, dan poster kemudian media sosial seperti *youtube*, *twitter*, *facebook*, *instagram*. Menurut Suyanto, (2004 :3) periklanan adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi yang merupakan alat promosi yang kuat. Iklan mempunyai berbagai bentuk (nasional, regional, lokal, konsumen, industri, eceran; produk, merek, lembaga; dan sebagainya) yang di rancang untuk mencapai berbagai macam tujuan (penjualan seketika, pengenalan merek, *preference*, dan sebagainya). Menurut Ita Suryani dalam jurnal komunikasi vol.8 No.2 April 2014 dengan judul pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN *community* 2015 (studi sosial media *marketing* pada *twitter* Kemenparekraf RI dan facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat) mengatakan bahwa keberadaan media sosial kini terus merambah kehidupan manusia. Dalam perkembangannya media sosial dapat dimanfaatkan untuk beragam kepentingan mulai dari menjalin pertemanan, pendidikan, kampanye agama, lingkungan, dan sebagainya, sampai promosi dan pemasaran produk. Dalam hal ini bagaimana mendayagunakan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* atau yang lainnya untuk memasarkan produk.

Membuat iklan memerlukan strategi pemasaran yang kreatif dan mengetahui sasaran yang tepat. Menurut Tresna, dkk (2017:152) dunia

periklanan saat ini sedang berkembang dengan pesat, banyaknya pengiklan melakukan pemasaran dengan beragam strategi kreatif di media konvensional maupun digital. Seperti iklan untuk produk es krim menggunakan animasi digital sebagai media promosi, hal ini cocok sekali dengan sasaran produk mereka yakni anak-anak karena lebih menyukai kartun atau animasi digital dari pada gambar *real* seperti manusia hal ini memudahkan produk untuk diterima karena sesuai dengan target marketnya.

Media iklan menggunakan film animasi dibuat sedemikian rupa agar penonton tertarik untuk membeli apa yang disampaikan dalam alur cerita animasi tersebut. Iklan yang efektif adalah iklan yang mendapat perhatian dan diingat serta membuat orang-orang bertindak untuk melakukan pembelian (Shultz & Tannenbaun dalam Shimp, 2003:416). Menggunakan animasi sebagai media iklan es krim merupakan strategi yang efektif karena Menurut Basu Swastha (2000: 246) fungsi periklanan adalah sebagai berikut.

a. Memberikan informasi

Periklanan dapat menambah nilai pada suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen.

b. Membujuk atau mempengaruhi

Periklanan bersifat membujuk terutama kepada pembeli potensial dengan menyatakan bahwa produk yang diproduksinya lebih baik dari produk lain.

c. Menciptakan pesan (*image*)

Iklan masyarakat akan mempunyai suatu kesan tertentu mengenai apa yang diiklankan dan dengan iklan juga dapat menciptakan kesan kepada masyarakat untuk melaksanakan pembicaraan secara rasional dan ekonomis.

d. Memuaskan keinginan

Periklanan merupakan suatu alat yang dapat dipakai untuk mencari tujuan dan dengan tujuan itu sendiri berupa pertukaran yang saling memuaskan.

e. Merupakan alat komunikasi

Periklanan adalah suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah antar penjual dan pembeli, sehingga dapat bertemu dengan cara yang efektif dan efisien.

Banyak sekali produk yang menggunakan animasi sebagai media iklan karena animasi tidak membosankan untuk ditonton dan lebih mudah untuk menyampaikan pesan dan membuat penonton. Dalam Jurnal Ilmiah DASI Vol.16 No.1 Hal 43-48 oleh Toil dan Agus Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta mengatakan bahwa animasi sebagai media iklan atau promosi adalah strategi yang dibangun sedemikian rupa agar penonton tertarik untuk membeli atau memiliki dan mengikuti semua yang disampaikan dalam alur cerita. Untuk melibatkan dan mempengaruhi penonton dibutuhkan *call to actions* (CTA) panggilan atau ajakan untuk melakukan sesuatu, dalam hal ini animasi terlihat tidak agresif dan mengganggu karena orang akan mengagap CTA itu bagian dari sebuah

cerita. Menurut Suyanto (2003: 387) animasi sering digunakan untuk menyampaikan pesan yang sulit untuk menjangkau pasar kusus, dengan animasi tersebut pesan iklan mudah dipahami dan diingat.

4. AIDCA

Fungsi periklanan memiliki tujuan membuat masyarakat semakin terdorong membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Ana Rosmiati (2006:7) yang mengatakan bahwa pengaruh iklan memang luar biasa dampaknya bagi konsumen. Karena iklan memiliki tujuan memperkenalkan, mempengaruhi, meyakinkan, dan mengajak konsumen untuk mencoba produk tersebut. Menurut Kotler (2001:185) agar iklan mampu merangsang penjualan harus memenuhi kriteria AIDCA.

- a. *Attention*: mengandung daya Tarik
- b. *Interest*: mengandung perhatian dan minat
- c. *Desire*: memunculkan keinginan untuk mencoba atau memiliki
- d. *Conviction*: menimbulkan keyakinan terhadap produk
- e. *Action*: mengarah tindakan untuk membeli

Berdasarkan konsep AIDCA untuk membuat iklan diperlukan pengetahuan yang cukup tentang segmen pasar dan kebutuhan masyarakat. Iklan harus mampu mengundang perhatian dan hal ini bisa dibuat dengan cara menghadirkan visual yang bagus, kemudian harus menarik dan

memiliki daya tarik dengan cara menyajikan pesan yang jelas dan tegas. Selanjutnya iklan harus menceritakan kelebihan produk untuk membuat konsumen menginginkan barang yang ditawarkan perusahaan, hal selanjutnya yang harus diperhatikan adalah menumbuhkan keyakinan konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan cara menceritakan kelebihan produk. Aspek terakhir yang menjadi penentu keberhasilan sebuah iklan adalah aksi atau tindakan, iklan harus menyajikan pesan yang mengisyaratkan bagaimana cara menggunakan produk yang ditawarkan. Menurut Lutfi, dkk dalam jurnal administrasi bisnis vol. 23 tahun 2015 mengatakan bahwa berdasarkan konsep AIDCA, promosi periklanan harus diperlukan pengetahuan yang cukup tentang pola perilaku, kebutuhan, dan segmen pasar. Konsep tersebut diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian berkesinambungan.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang lebih menekankan pada aspek deskriptif. Perolehan data didapat dari hasil observasi.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian yang dilakukan berupa data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari apa yang terjadi dan diamati. Sifat dari penelitian kualitatif adalah menyajikan temuannya dalam bentuk deskripsi kalimat

yang rinci, lengkap, dan mendalam mengenai proses bagaimana dan sesuatu terjadi (Sutopo, 2006:139).

2. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:13), “Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah iklan animasi Paddle Pop Versi Dinoterra yang akan membahas tentang karakter utama pada iklan tersebut.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang akan diteliti yaitu tokoh karakter singa pada iklan animasi es krim Paddle Pop menggunakan metode karakter Scott McCloud dan bagaimana design karakter dapat mempengaruhi iklan animasi yang dibuat berdasarkan teori AIDCA dari Kotler. Dari banyaknya tokoh dalam iklan animasi *Paddle Pop* versi *Dinoterra* penelitian difokuskan pada karakter utama dalam produk es krim ini yakni karakter singa atau yang memiliki nama lain Paddle Pop. Penggunaan animasi sebagai media periklanan merupakan langkah yang tepat mengingat sasaran dari produk mereka adalah anak-anak.

4. Sumber Data

Sumber data merupakan faktor terpenting yang diperoleh untuk melakukan penelitian karena digunakan sebagai acuan untuk mengerjakan. Sumber data yang digunakan ada dua yaitu primer dan sekunder.

1) Data Primer

Menurut Hasan (2002:82) data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Pengumpulan data primer merupakan bagian utama dari proses penelitian karena seringkali digunakan untuk mengambil keputusan, dalam penelitian ini sumber utama yang digunakan adalah *youtube*.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002 : 58). Data ini digunakan sebagai data pendukung data primer yang diperoleh dari literatur dan penelitian terdahulu. Sebagai contoh salah satu tesis milik Rendy Adi Kurniawan (2017) yang berjudul Metode Perbandingan Karakter Superhero Indonesia dan Amerika Studi Kasus Gundala, menjadi sumber data pendukung karena banyak informasi yang di dapatkan terutama tentang desain karakter.

5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah cara peneliti mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian.

1) Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk melakukan pengamatan terhadap suatu objek secara cermat dan langsung di lokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Ada dua observasi yang umumnya dilakukan dalam sebuah penelitian yaitu langsung dan tidak langsung. Observasi yang dilakukan oleh peneliti merupakan jenis observasi tidak langsung di mana kegiatan dilakukan dengan tidak harus datang pada saat kejadian terjadi, seperti melakukan pengamatan berdasarkan media sosial Paddle Pop yakni *facebook*, *web* dan *youtube*.

2) Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono 2006 : 135). Studi pustaka dilakukan peneliti adalah mengumpulkan buku, jurnal, yang berkaitan dengan animasi, Paddle Pop, dan periklanan. Salah satu *activity book* petualangan Paddle Pop versi Dinoterra menjadi referensi yang paling menarik karena menginformasikan banyak materi tentang Paddle Pop versi Dinoterra.

3) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip dan buku-buku

tentang pendapat, teori atau hukum yang berhubungan dengan masalah penelitian (Margono, 1997 : 187). Metode dokumentasi ini dilakukan dengan mengumpulkan video iklan *Paddle Pop* di *youtube*, dokumentasi di *web* resmi *Paddle Pop*, dan majalah.




4) Analisis Data

Penelitian ini menggunakan penjabaran deskriptif kualitatif. Menurut Hasan (2002:98) analisis kualitatif ialah analisis yang tidak menggunakan model matematika, model statistik, dan model-model tertentu lainnya. Analisis data kualitatif merupakan bentuk penelitian yang bersifat atau memiliki karakteristik bahwa datanya dinyatakan dalam keadaan yang sewajarnya dan sebagaimana adanya (Nawawi, 1993 : 174).

a) Reduksi Data

Pada bagian ini dilakukan pemilihan data sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan hal ini dilakukan untuk memudahkan analisis agar objek penelitian lebih fokus dan tidak melebar ke produk lain. Pengumpulan data diawali dengan membuat tabel untuk menganalisis beberapa iklan yang memiliki produk sejenis dengan produk wall's yaitu makanan jenis es krim.

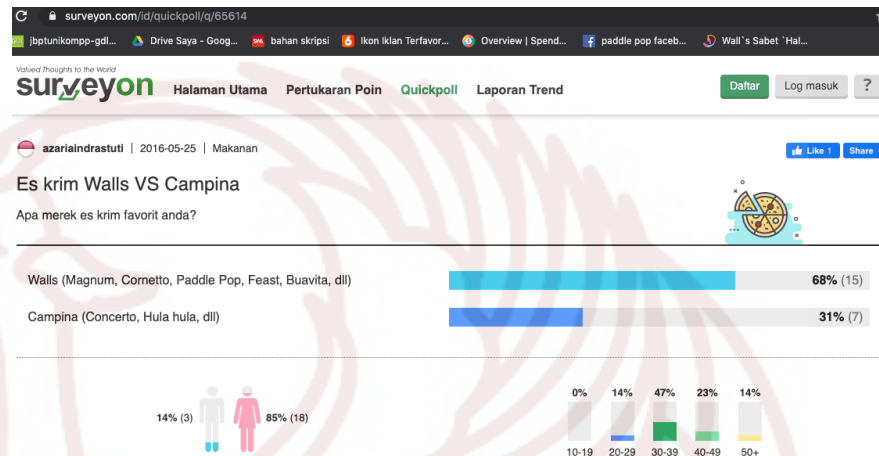
| No. | Nama Produk | Jenis Produk | Jumlah Variasi | Gambar |
|-----|-------------|--------------|----------------|---|
| 1. | Campina | Es Krim | 10 |  |
| 2. | Aice | Es Krim | 12 |  |
| 3. | Wall's | Es Krim | 18 |  |
| 4. | Indoeskrim | Es Krim | 6 |  |
| 6. | Diamond | Es Krim | 6 |  |
| 7. | Glico | Es Krim | 5 | |

| | | | | |
|----|------------------|---------|---|---|
| | | | |  |
| 8. | Nestle Kitkat | Es Krim | 3 |  |
| 9. | Nestle Milo | Es Krim | 3 |  |

Tabel 1. Daftar Nama Produk Es Krim di Indonesia
(Sumber: Mimin Kurniawati, 2019)

Wall's menjadi produk yang lebih unggul dengan variasi es krim terbanyak dibandingkan merk lainnya, rata-rata merk es krim lain hanya memiliki lima sampai sepuluh variasi es krim akan tetapi wall's memiliki delapan belas jenis produk. *Surveyon* penyedia layanan survey *online* melakukan survei dengan membandingkan antara campina dan wall's, perusahaan ini memberikan pertanyaan kepada konsumen yang tergolong 80% wanita dan 14% pria seperti

“Apa merk es krim favorit anda?” kemudian hasilnya adalah 68% orang menjawab walls’s sedangkan 31% sisanya menjawab campina.



Gambar 2. Hasil Survei Wall’s dan Campina dari Surveyon
(Sumber : www.surveyon.com diakses pada 14 November 2019)

b) Display Data

Display data digunakan untuk mengelompokkan data sesuai dengan pokok permasalahan, lalu dibuat bentuk narasi, skema, tabel, matriks untuk mendukung narasi dan mempermudah peneliti dalam melihat hubungan antar data. Wall’s memiliki delapan belas produk es krim dengan rasa dan bentuk yang berbeda-beda. Tabel ini dibuat untuk mengetahui produk yang memiliki ikon atau maskot.

| No | Nama Produk | Jenis Iklan | Ikon atau masko |
|----|-------------|---------------|-----------------|
| 1. | Paddle Pop | Animasi | Singa |
| 2. | Magnum | Iklan Tematik | - |

| | | | |
|-----|-----------------------------------|---------------|---|
| 3. | Cornetto | Iklan Tematik | - |
| 4. | Dung Dung | Iklan Tematik | - |
| 5. | Solero | Iklan Tematik | - |
| 7. | Feast | Iklan Tematik | - |
| 8. | Populaire | Iklan Tematik | - |
| 9. | Wall's Buavita | Iklan Tematik | - |
| 10. | Wall's Selection Double Dutch | Iklan Tematik | - |
| 11. | Wall's Selection Fruit Salad | Iklan Tematik | - |
| 12. | Wall's Selection Mocca Crumble | Iklan Tematik | - |
| 13. | Wall's Selection Chocky Rocky | Iklan Tematik | - |
| 14. | Wall's Selection Oreo | Iklan Tematik | - |
| 15. | Wall's Ice Cream Sandwich | Iklan Tematik | - |
| 16. | Calippo | Iklan Tematik | - |
| 17. | Vienetta | Iklan Tematik | - |
| 18. | Shakey Shake | Iklan Tematik | - |

Tabel 2. Daftar Produk Sejenis
(Sumber: Mimin Kurniawati, 2019)

c) Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

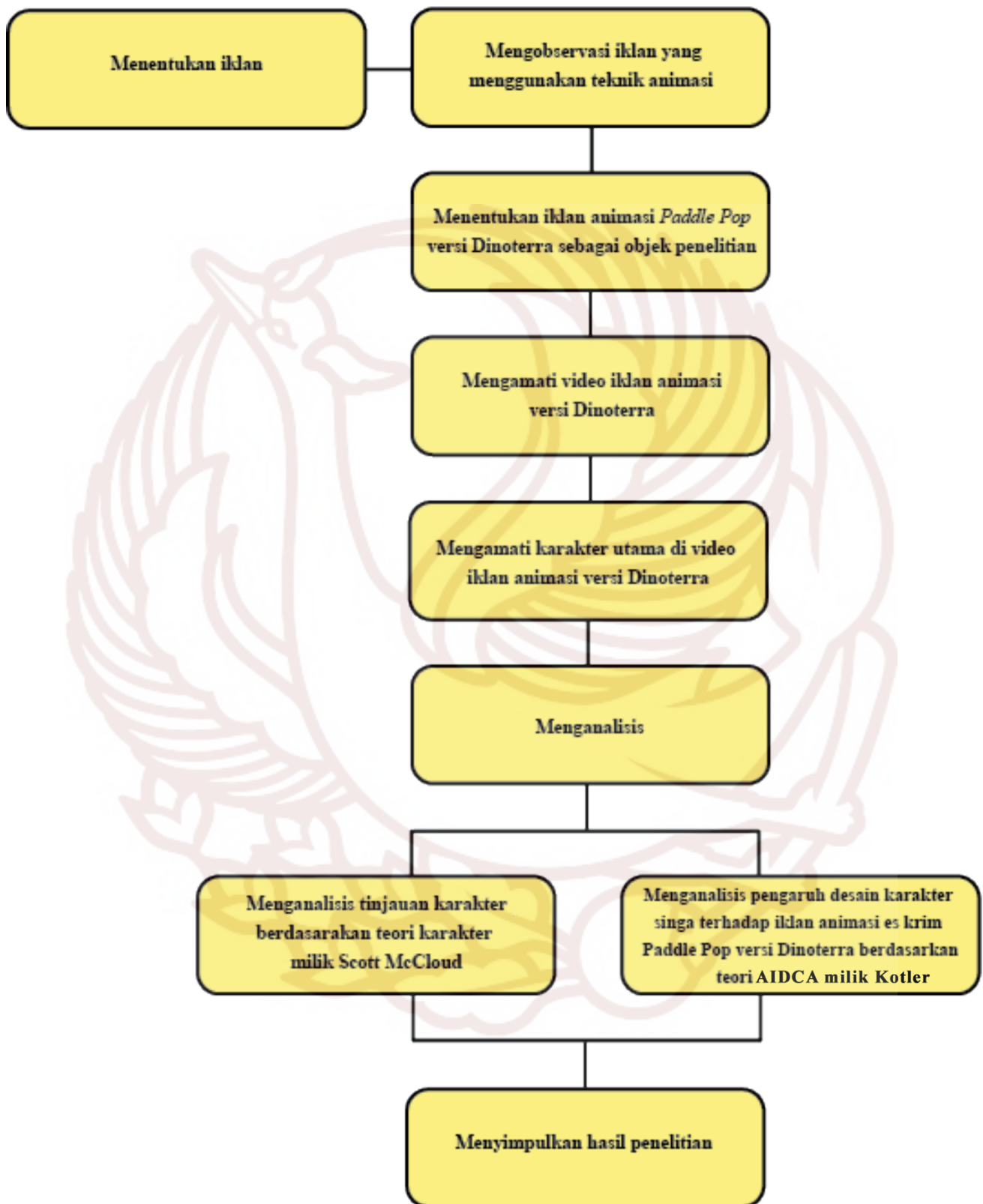
Verifikasi merupakan pengulangan yang bertujuan untuk memantapkan dan melakukan pengamatan ulang terhadap video iklan animasi Paddle Pop kemudian disinkronkan dengan kesimpulan yang didapat. Berdasarkan analisis data yang dilakukan sebelumnya diketahui bahwa wall's menjadi produk dengan jumlah variasi es krim terbanyak dan lebih banyak masyarakat yang menyukai wall's dari campina berdasarkan survei dari *surveyon*, setelah itu Paddle Pop merupakan salah satu es krim di bawah naungan wall's menjadi satu-satunya es krim yang memiliki maskot atau ikon yang berwujud singa.

H. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan uraian atau pernyataan tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Penelitian dibuat dengan menggunakan skema penelitian untuk mengupas bagaimana proses meninjau sebuah visual atau tampilan karakter dan pengaruh desain karakter terhadap iklan yang di buat perusahaan, mulai dari proses pemilihan iklan kemudian penggolongan berdasarkan teknik dan terakhir memilih iklan apa yang akan dianalisis. Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2011: 60) mengemukakan bahwa “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman

yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.”

Penelitian di mulai dari menentukan iklan terlebih dahulu iklan jenis apa yang akan digunakan misal iklan makanan, iklan *softener*, iklan otomotif dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk memudahkan proses pencarian iklan yang akan dipilih, kemudian mengobservasi iklan apa saja yang menggunakan teknik animasi dan mencari iklan yang menggunakan teknik animasi baik berupa penggunaan animasi 2 dimensi atau 3 dimensi. Selanjutnya menentukan iklan animasi produk es krim Paddle Pop yang menggunakan teknik 3 dimensi dan dari banyaknya versi yang diproduksi perusahaan maka penulis memilih versi Dinoterra sebagai objek penelitian dan setelah itu mengamati video tersebut. Setelah memilih versi Dinoterra sebagai objek yang akan diteliti langkah selanjutnya adalah memfokuskan untuk mengamati dan menganalisis karakter utama di video iklan animasi Paddle Pop versi Dinoterra. Ada dua hal yang akan dianalisis yakni tinjauan visual karakter dengan menggunakan teori dari Scoot McCloud meliputi kejiwaan atau *inner life*, *visual distintition*, sikap ekspresif dan menganalisis pengaruh desain karakter singa terhadap iklan animasi es krim Paddle Pop versi Dinoterra dengan menggunakan teori AIDCA milik Kotler, selanjutnya hal terakhir menyimpulkan hasil penelitian.



Gambar 3. Bagan Penelitian
(Sumber: Mimin Kurniawati, 2019)

I. Sistematika Penulisan

Bab I berisi tentang Pendahuluan yang meliputi, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Landasan Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Isi. Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian terhadap kajian karakter pada iklan *Paddle Pop*.

Bab II berisi tentang penjelasan objek penelitian dan pemaparan tentang kajian karakter es krim *Paddle Pop* versi dinoterra.

Bab III berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan, membahas tentang data dan penemuan peneliti yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya. Data dan informasi didapat dari dokumen foto, video, dan sebagainya.

Bab IV tentang kesimpulan dan saran yang berisi tentang rangkuman dari semua pembahasan dan mengetahui tujuan dari penelitian ini dibuat, kemudian terdapat saran untuk semua pihak yang terkait. .

Bab V berisi tentang daftar acuan keseluruhan sumber literatur yang digunakan dalam penulisan skripsi ini seperti buku, jurnal, skripsi, maupun web yang sudah dikutip.

BAB II

GAMBARAN UMUM PADDLE POP

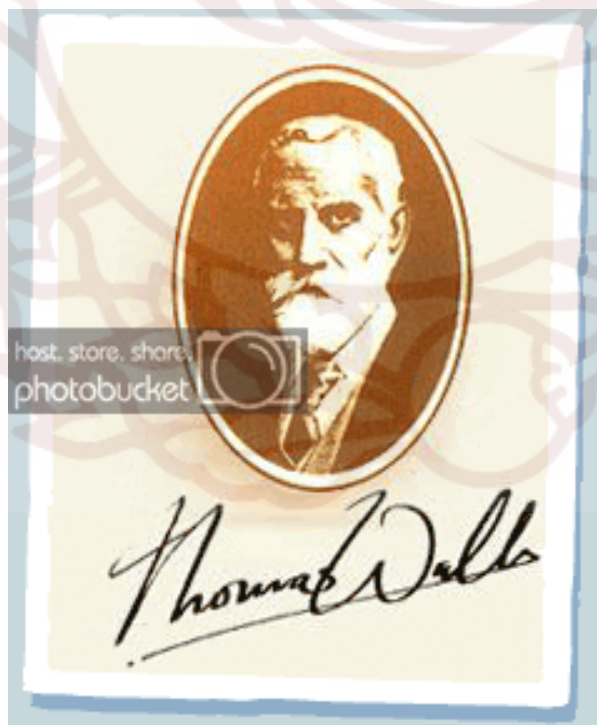
A. Sejarah Wall's Ice Cream

Tahun 1786 seorang pria bernama Richard Wall membuka kios daging di pasar St James London dan bekerja sebagai tukang daging yang dikenal banyak orang pada waktu itu dan mendapatkan penghargaan dari pangeran George “Prince of Wales” sebagai penyedia daging terbaik dan membuat namanya semakin dikenal di Inggris dan sekitar. Selanjutnya di tahun 1817 anak pertamanya lahir diberi nama Thomas Wall dan tahun 1824 lahir anak kedua yang bernama Eleanor. Bisnis Richard mengalami kemajuan sangat pesat dan pada tahun 1834 lalu pindah ke tempat baru di Jermyn Street 113 untuk mengembangkan bisnis, akan tetapi setelah itu dia meninggal dunia dan istrinya meninggal setelahnya.



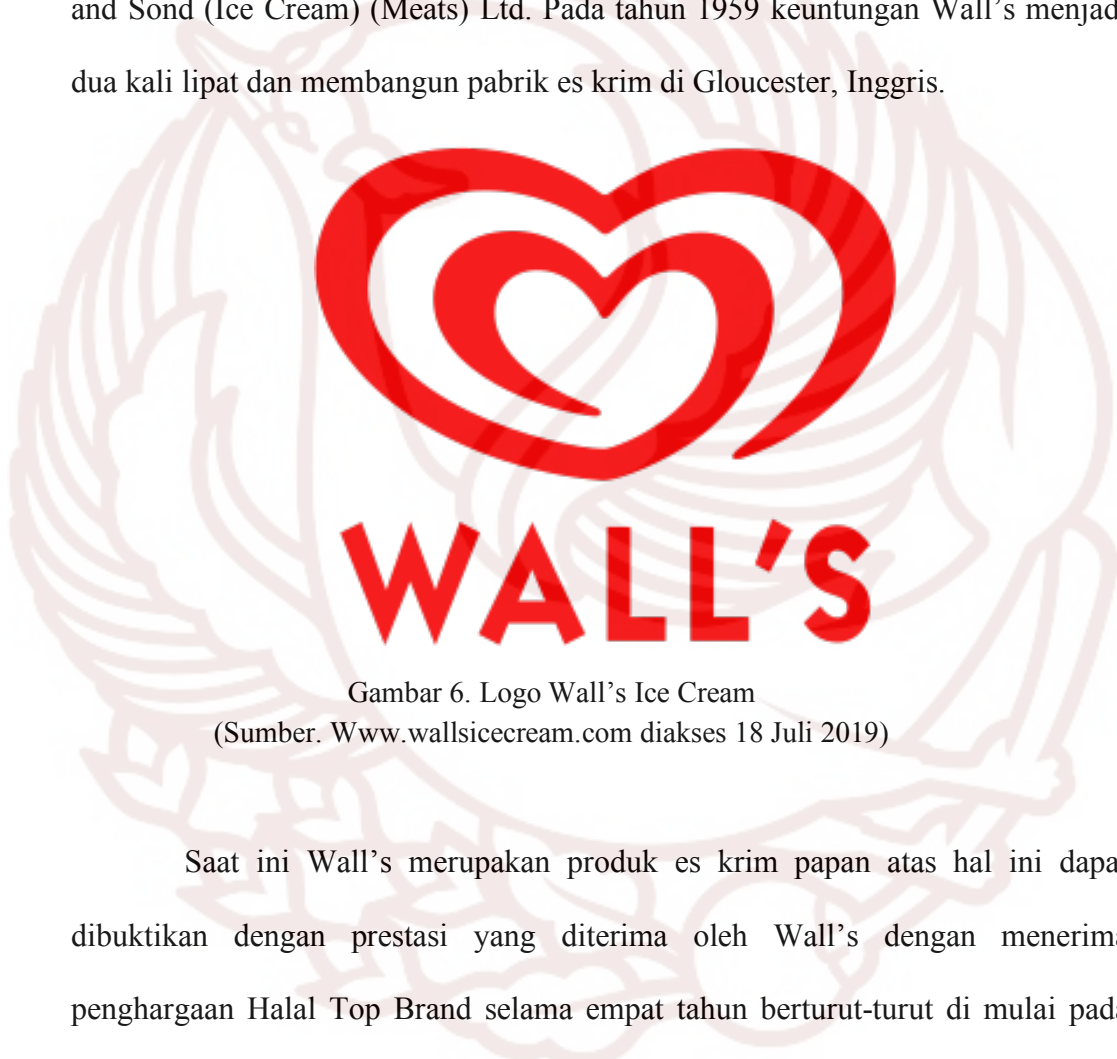
Gambar 4. Kereta yang membawa daging-daging produksi Wall's
(Sumber. niganu.wordpress.com.2019
diakses 10 Juli 2019)

Pada usia 19 tahun Thomas Wall mengambil alih bisnis sang ayah di tambah tanggung jawab merawat adiknya selama 14 tahun lamanya, kemudian bisnis daging tersebut diturunkan kepada anak-anak Thomas yaitu Thomas Wall Jr dan Frederick Wall lalu mendaftarkan bisnisnya dengan nama “Thomas Wall and Sons Ltd” yang kemudian disingkat menjadi Wall’s. Produktivitas perusahaan menjadi menurun dan terjadi pemecatan karyawan besar-besaran karena di pegang oleh kedua anaknya, mereka tidak menyerah begitu saja Thomas Wall Jr memberikan usulan untuk membuat makanan yang sudah dibekukan karena waktu itu sedang musim panas tetapi hal itu tidak bisa langsung diwujudkan mengingat biaya produksi sangat besar dan perusahaan sedang bangkrut, akhirnya Thomas Wall Jr memutuskan untuk menjual sebagian saham kepada Lever Brother dan Margie Unie (pendiri Unilever) pada tahun 1920.



Gambar 5. Thomas Wall
(Sumber. niganku.wordpress.com.2019
diakses 13Juli 2019)

Setelah mendapat cukup uang untuk memproduksi es krim Thomas bekerja sama dengan Maxwell Holt dan mereka mendirikan pabrik es krim pertamanya di Acton, London. Sebagaimana es krim berkembang dengan signifikan, Unilever membagi perusahaan menjadi dua yaitu T.Wall and Son (ice Cream) Ltd dan T. Wall and SOND (Ice Cream) (Meats) Ltd. Pada tahun 1959 keuntungan Wall's menjadi dua kali lipat dan membangun pabrik es krim di Gloucester, Inggris.



Gambar 6. Logo Wall's Ice Cream
(Sumber. www.wallsicecream.com diakses 18 Juli 2019)

Saat ini Wall's merupakan produk es krim papan atas hal ini dapat dibuktikan dengan prestasi yang diterima oleh Wall's dengan menerima penghargaan Halal Top Brand selama empat tahun berturut-turut di mulai pada tahun 2015, 2016, 2017, dan 2018 di kategori es krim di ajang Halal Award di setiap tahunnya, hal ini menjadikan Wall's sebagai produk es krim yang sangat layak di konsumsi oleh semua masyarakat terutama di negara yang mayoritas menganut agama islam. Halal Award merupakan program tahunan dari Indonesia International Halal Expo (INDHEX) penghargaan tahunan yang diberikan oleh

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) kepada pihak yang di nilai berjasa terhadap pengembangan, edukasi, informasi dan sosialisasi halal.

Wall's memiliki beberapa produk yang terkenal yaitu Paddle Pop, Magnum, Calippo, Cornetto, Dung-Dung, Solero dan Feast. Banyaknya produk es krim yang di produksi, Paddle Pop menjadi salah produk tertua yang masih menjadi idola anak-anak sampai sekarang karena memiliki banyak variasi rasa dan warna ditambah karakter singa yang selama ini menjadi karakter utama dalam setiap film animasi yang diproduksi mampu menjadi daya tarik tersendiri terlebih target market mereka hanya difokuskan pada anak-anak walaupun orang dewasa juga bisa mengkonsumsinya hal inilah yang membuat Paddle Pop mampu bertahan lama dipasar.



Gambar 7. Penghargaan Halal Awards
(Sumber. www.tribunnews.com. 2019 diakses 10 Juli 2019)

B. Paddle Pop

Unilever Indonesia pertama kali didirikan pada 5 Desember 1933 dengan nama “Lever’s Zeepfabrieken N.V.” yang bertempat di daerah Angke, Jakarta Utara berdasarkan akta No. 23 dari Mr. A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Jenderal Geoual van Nederlandsch-Indie berdasarkan surat No. 14 pada 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada 22 Desember 1933 dan diterbitkan dalam Javasche Courant pada 9 Januari 1934. Pada 22 Juli 1980, perusahaan berganti nama menjadi “PT Unilever Indonesia” dengan akta No. 171 dari notaris Ny. Kartini Muljadi SH. Perubahan nama pun kembali terjadi pada 30 Juni 1997 menjadi “PT Unilever Indonesia Tbk” .

Pada tahun 1992 pabrik es krim Wall’s dibuka di Cikarang. Conello dan Paddle Pop muncul di pasar Indonesia. Paddle Pop merupakan produk pertama yang dihasilkan oleh Wall’s dan mempunyai ciri khas menggunakan stik kayu sebagai pegangan ketika hendak memakan es krim. Kemudian mendapat sambutan meriah dari pecinta makanan di dunia dan menjadi ice cream yang paling dikenal. Omset yang dihasilkan mencapai \$70.000.000 pertahun pada tahun 1953 hal tersebut langsung membuat Wall’s berniat untuk melebarkan produksinya ke berbagai negara selain Inggris seperti Cina, Hongkong, India, Indonesia, Lebanon, Malaysia, Qatar, Saudi Arabia, Singapura, Thailand dan Vietnam. Dari banyaknya es krim yang di produksi oleh Wall’s, Paddle Pop merupakan salah satu es krim yang paling di kenal dan digemari oleh konsumen terutama anak-anak .



SWA BUSINESS CHAMPIONS NEXT GEN YOUNGSTER INC DI/

Karakter Singa

by Lila Intana - March 10, 2013

Dari sederet varian es krim yang diproduksi Wall's, yang paling dikenal dan digemari konsumennya adalah Paddle Pop, terutama konsumen segmen anak-anak. Kesuksesan varian ini tak lepas dari strategi brand awareness-nya yang inovatif.

Gambar 8. Screenshot Web SWA

Sumber. swa.co.id/swa/business-strategy/kejelian-unilever-diakses 3 September 2019)

Menjadi salah satu produk tertua dari *ice cream* lainnya Paddle Pop memiliki strategi tersendiri untuk mempertahankan eksistensi produk agar tidak tertinggal oleh zaman. Paddle Pop mempunyai banyak jenis es krim dengan rasa berbeda-beda dengan warna produk yang kontras dan menarik mata. Beberapa contoh rasa es krim Paddle Pop.

| No | Nama Es Krim | Gambar |
|----|-----------------------|--|
| 1. | Paddle Pop Twister |  |


| | | |
|----|---------------------------|---|
| 2. | Paddle Pop Trico |  The image shows the packaging for Paddle Pop Trico. It features a green background with a large, colorful, multi-layered ice cream bar in the center. The word "TRICO" is written in large, bold, yellow letters. The Paddle Pop logo is visible on the left and right sides. |
| 3. | Paddle Pop Rainbow |  The image shows the packaging for Paddle Pop Rainbow. It features a colorful, rainbow-themed background with a large, multi-colored ice cream bar in the center. The word "Rainbow" is written in a stylized font. The Paddle Pop logo is visible on the left and right sides. |
| 4. | Paddle Pop Choco Magma |  The image shows the packaging for Paddle Pop Choco Magma. It features a brown background with a large, chocolate-covered ice cream bar in the center. The words "Choco Magma" are written in a stylized font. The Paddle Pop logo is visible on the left and right sides. |
| 5. | Paddle Pop Pink Lava |  The image shows the packaging for Paddle Pop Pink Lava. It features a pink background with a large, pink ice cream bar in the center. The words "Pink Lava" are written in a stylized font. The Paddle Pop logo is visible on the left and right sides. |
| 6. | Paddle Pop Tornado |  The image shows the packaging for Paddle Pop Tornado. It features a blue and purple background with a large, purple ice cream bar in the center. The word "Tornado" is written in a stylized font. The Paddle Pop logo is visible on the left and right sides. |

| | | |
|-----|----------------------------|--|
| 7. | Paddle Pop Ocean Freeze |  |
| 8. | Paddle Pop Duo Anggur |  |
| 9. | Paddle Pop Banana |  |
| 10. | Paddle Pop Color Popper |  |
| 11. | Paddle Pop Banana |  |

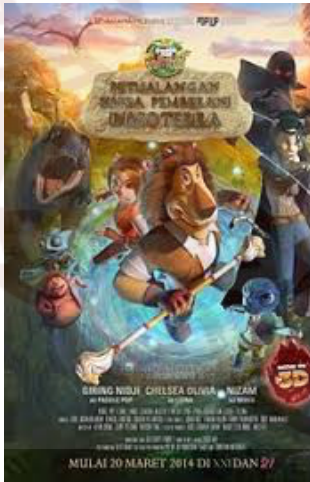
Tabel 3. Daftar Es Krim Paddle Pop
(Sumber. Mimin Kurniawati, 2019)


Memiliki beberapa seri film animasi sebagai media untuk mengenalkan produk-produk terbarunya Paddle Pop sudah menghasilkan banyak film Layar lebar seperti Paddle Pop Pemberani (2012), Paddle Pop Pemberani 2 (2013), Paddle Pop Dinoterra (2014), Magilika (2015), Atlantos (2016), Atlantos 2 (2017) dan yang membuat ini semakin menarik karena hampir seluruh konsep film dikerjakan oleh anak bangsa yang melibatkan tenaga ahli dari Unilever Asia Pasifik dan di produksi oleh Egg Story Studio (2013-2015) industri kreatif asal Malaysia yang mengerjakan tentang CGI, animasi, konten media social. Untuk memudahkan berkomunikasi dengan konsumen Paddle Pop menggunakan media sosial *facebook*, di mana mereka membentuk sebuah fans club di media sosial tersebut untuk berbagi beberapa hal *launching* produk atau film terbaru, kemudian berbagi permainan tentang produk atau saling berbagi informasi mengenai Paddle

Selanjutnya di tahun 2007 sampai sekarang dikerjakan oleh studio The Monk Studio sebuah perusahaan yang bergerak di bidang efek visual dan CGI film asal negeri gajah putih. Secara garis besar Film animasi Paddle Pop mempunyai kisah tentang seorang raja singa pemberani bernama Paddle Pop yang merupakan anak dari raja Adisa dan ratu Shifa, mempunyai misi untuk selalu berpetualang demi memberantas kejahatan, dalam kisahnya dia memiliki sahabat yang selalu menemaninya yaitu Liona, Spike, Twitch dan Professor Higgabotom yang merupakan tokoh utama selalu ada dalam setiap cerita petualangan Paddle Pop.

| No | Film | Tahun dan Judul | Sinopsis |
|----|--|---|---|
| 1. |  | 2012 dan Petualangan Singa Pemberani | <p>Petualangan singa pemberani merupakan film layar lebar pertama yang diproduksi oleh Paddle Pop. Menceritakan tentang awal mula perjalanan Paddle Pop bertemu teman-temannya dan mengetahui jati dirinya sebagai anak dari raja Adisa yang diasingkan ke hutan untuk menyelamatkannya dari Shadow Master dan di bawa kabur oleh Professor Higgabottom dan diasuh oleh berang-berang. Mereka mengawali petualang dengan mencari 3 es krim ajaib yang apabila dijadikan satu akan menjadi kekuatan yang besar dan tidak</p> |


| | | | |
|----|---|---|--|
| | | | terkalahkan, tetapi disini mereka dihadapkan dengan Shadow Master karena memiliki tujuan yang sama yakni mencari es krim demi mendapat kekuatan besar. |
| 2. |  | 2013 dan Petualangan Singa Pemberani 2 | Petualangan singa pemberani 2 melanjutkan cerita dari film sebelumnya, mengisahkan tentang kelanjutan dari perjuangan Paddle Pop dan teman-temannya mencari es krim ajaib. Shadow Master berhasil mendapat ketiga es krim dan menjadi sangat kuat tetapi disaat bersamaan Paddle Pop mendapat tongkat singa milik ayahnya dan berhasil mengalahkan Shadow Master. Kerajaan kembali |

| | | | |
|----|---|---|---|
| | | | <p>tenang dan terbebas dari kekuatan jahat dan Paddle Pop diangkat menjadi Raja oleh ibunya. Liona juga berhasil menemukan ayahnya yang hilang karena dipenjara oleh Shadow Master sewaktu membuat pesawat phoenix.</p> |
| 3. |  | <p>2014 dan Petualangan Singa Pemberani Dinoterra</p> | <p>Petualangan Singa Pemberani Dinoterra dibuat pada tahun 2014, mengisahkan tentang perjuangan Paddle Pop dan teman-temannya yang harus menjelajah zaman pra-sejarah melalui portal waktu kuno yang dibuat oleh ratu harimau putih. Portal ini dibuka untuk menemukan kristal dino yang memiliki kekuatan yang sangat dahsyat.</p> |

| | | | |
|----|---|--|---|
| | | | <p>Kemudian mereka harus melawan Shadow Master dan dinosaurus dari zaman pra-sejarah yang bersekutu dengan Ratu Felina pemimpin bangsa harimau putih yang menaruh dendam dengan pada bangsa singa karena dahulu bangsa harimau pernah dibuang ke gurun es, sang ratu mewarisi pusaka 12 butiran es waktu yang dapat membuka gerbang waktu ke masa lalu.</p> |
| 4. |  | <p>2015 dan Petualangan Singa Pemberani Magilika</p> | <p>Paddle Pop Magilikan mengangkat cerita tentang gerhana dan keajaiban. Menceritakan kristal bulan yang disalah gunakan untuk menguasai dunia dengan gerhana abadi dan digunakan untuk</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | <p>membangkitkan makhluk-makhluk jahat. Putri bintang meminta bantuan kepada Paddle Pop untuk menemukan Pangeran Petir agar segera menemukan kembali kristal matahari, satu-satunya kristal yang dapat menghentikan dunia dari kegelapan. Mereka harus segera menyatukan bagian kristal matahari sebelum kegelapan berkuasa. Namun semua tidaklah mudah karena mereka harus menghadapi penguasa kegelapan yang telah bangkit dan menjadi sangat kuat, dia adalah Shadow Master.</p> |
|--|--|--|---|

| | | | |
|----|--|--|--|
| 5. |  | <p>2016 dan Petualangan Singa Pemberani Atlantos</p> | <p>Film ini menceritakan tentang persekutuan antara daratan dan lautan. Jenderal Khan menyatakan perang terhadap daratan dan akan membuat lautan berkuasa dan menghancurkan daratan, dia memiliki kekuatan yang sangat besar yaitu Mutiara penghancur. Kemudian sang jenderal mencoba bersekutu dengan Ikaros gurita raksasa yang sangat kuat. Ditemani oleh Bella seekor anjing laut raksasa yang ingin menyelamatkan ayahnya mereka harus menempuh perjalanan ke lautan yang luas demi mendapatkan mutiara pencipta untuk mengalahkan jenderal</p> |
|----|--|--|--|

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | | <p>Khan. Selanjutnya mereka juga dihadapkan pada pasukan hiu dan sekutunya. Permasalahan semakin runyam ketika tongkat Paddle Pop tidak berfungsi didalam air, sedangkan dia harus berjuang demi daratan agar tidak tenggelam.</p> |
| 6. |  | <p>2017 dan Petualangan Singa Pemberani Atlantos 2</p> | <p>Petualangan Paddle Pop dan teman-temannya didunia bawah laut dimulai lagi, kini Shadow Master kembali lagi dengan kekuatan Mutiara Laut yang bisa digunakan untuk menghancurkan dan menenggelamkan dunia. Karena keterbatasan waktu Paddle Pop harus meminta bantuan kepada Jenderal Khan untuk bekerjasama</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | menghentikan Shadow Master. Yang menjadi Perbedaan antara Paddle Pop Atlantos 1 dengan Atlantos 2 adalah film ini lebih mengangkat tema tentang dampak dari pemanasan global. |
|--|--|--|---|


Tabel 4. Film-Film Paddle Pop
(Sumber: Mimin Kurniawati, 2019)

Bersamaan dengan menggunakan film layar lebar sebagai media promosi untuk mengenalkan produk terbaru, perusahaan anak unilever ini juga membuat iklan untuk ditayangkan di youtube dan televisi. Umumnya iklan dibuat dengan tema film layar lebar yang sedang ditayangkan di bioskop sebagai contoh Paddle Pop sedang menayangkan film layar lebar Dinoterra, film ini bercerita tentang kehidupan pra sejarah zaman dinosaurus maka iklan es krim akan dibuat dengan tema dinosaurus. Ketika Paddle Pop memproduksi film layar lebar dengan tema atlantos yang menceritakan tentang kehidupan laut maka iklan akan dibuat dengan tema kehidupan laut juga. Kemudian ada beberapa iklan yang tidak menggunakan animasi tetapi memilih manusia sebagai objek untuk membuat iklan dan untuk pemilihan tema umumnya lebih bebas dan berganti-ganti. Berikut tabel yang berisi tentang kumpulan iklan-iklan yang pernah dibuat oleh Paddle Pop.

| No. | Gambar Iklan | Tema | Jenis Es krim |
|-----|---|--|--|
| 1. |  <p>Paddle Pop Petualangan Singa Pemberani (Iklan)</p> <p>3,501 views · Mar 22, 2013</p> | Paddle Pop Petualangan Singa Pemberani | Paddle Pop Mango dan Paddle Pop Color Popper |
| 2. |  <p>Paddle Pop Choco Crunch</p> <p>119,817 views · Jul 1, 2016</p> | Paddle Pop Magilika | Paddle Pop Choco Crunch |
| 3. |  <p>Paddle Pop Dinoterra - Tornado</p> <p>515,514 views · Oct 30, 2013</p> | Paddle Pop Dinoterra | Paddle Pop Twister |

| | | | |
|----|--|-------------------------|----------------------------------|
| 4. |  | Paddle Pop Dinoterra | Paddle Pop Max Duo |
| 5. |  | Paddle Pop Atlantos | Paddle Pop Ocean Freeze |
| 6. |  | Paddle Pop Atlantos2 | Paddle Pop Octopus |

| | | | |
|----|---|-------------------|------------------------------|
| 7. | <div><p>Paddle Pop Tornado Grape</p><p>58,116 views · Oct 20, 2012</p><p>44 23 SHARE SAVE ...</p></div> | Paddle Pop Begins | Paddle Pop Tornado Grape |
| 8. | <div><p>Paddle Pop Vietnam Berry Magma Jelly Swirls 2011</p><p>273,670 views · Jul 11, 2011</p><p>178 67 SHARE ...</p></div> | Paddle Pop Begins | Paddle Pop Berry Magma Jelly |
| 8. | <div><p>Paddle Pop Jiggly Jelly</p><p>9,687,109 views · Apr 14, 2014</p><p>10K 3.7K SHARE SAVE ...</p></div> | - | Paddle Pop Jiggly Jelly |

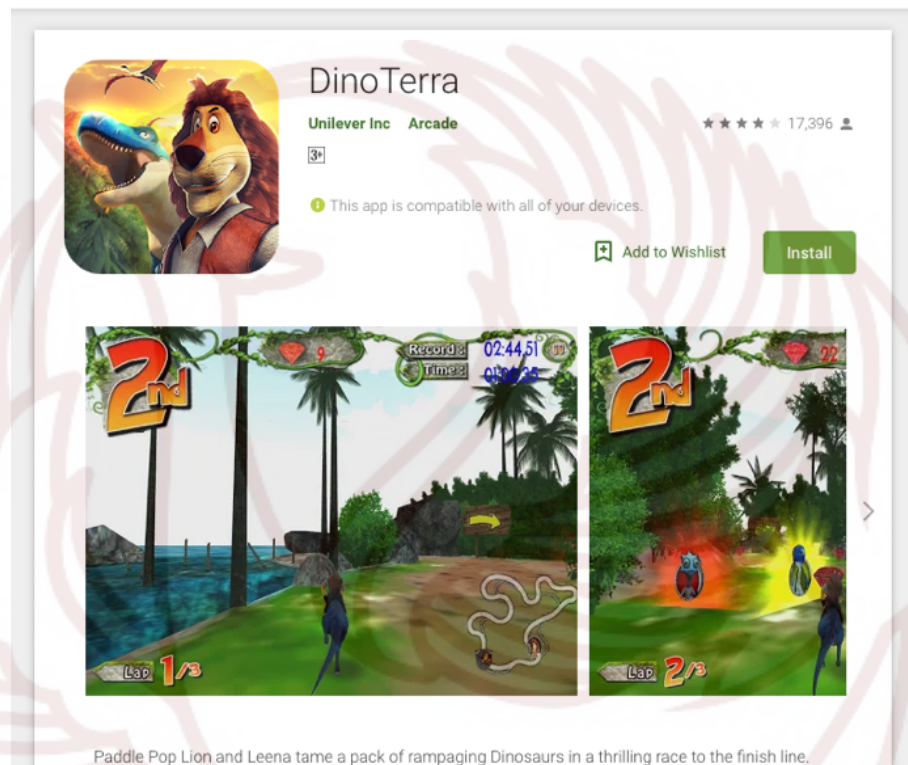
| | | | |
|----|--|---|-----------------------|
| 9. |  | - | Paddle Pop Stik Promo |
|----|--|---|-----------------------|

Tabel 5. Iklan Paddle Pop
(Sumber: Mimin Kurniawati, 2019)

C. Paddle Pop Versi Dinoterra

Es krim Paddle Pop juga memproduksi game 3d andoid untuk mengenalkan karakter atau tokoh dalam film melalui sebuah game android. Hampir semua usia memainkan game andoid sebagai hiburan di kehidupan sehari-hari bahkan game bisa dijadikan pekerjaan, oleh karena itu Paddle Pop memproduksi game andoid untuk lebih mudah masuk dalam kehidupan target mereka. Paddle Pop versi Dinoterra menghadirkan game android bernama “*Dinoterra*” game ini bercerita tentang petualangan Paddle Pop dan Liona sahabat perempuan yang selalu menemani setia misinya. Dalam game ini mereka harus berjuang menyelamatkan kerajaan singa dan mencari tiga kristal untuk melawan kekuatan jahat, mereka harus berjuang melawan dinosaurus yang menghadang di setiap perjalanan. Sebenarnya alur cerita game ini sama seperti filmnya dan tidak jauh berbeda, menghadirkan 3d dengan visual pemandangan yang menarik dan berbagai macam property yang bagus dan detail menjadikan game ini memiliki rating 4 dari 5 dan sudah di

download 17.396 orang. Cukup banyak orang yang tertarik dengan game yang di produksi oleh Paddle Pop, game ini bisa di download dengan menggunakan *play store* atau iOS.



Gambar 9. Game Andoid Dinoterra
(Sumber. Screenshot play.google.com. 2019
diakses 19 Juli 2019)

Dari banyaknya versi film yang di produksi oleh Paddle Pop versi Dinoterra menjadi yang paling menarik karena memiliki cerita tentang zaman pra-sejarah dan dinosaurus jadi tidak hanya menceritakan tentang petualangan tetapi terdapat nilai edukasi di dalamnya, terlebih sejarah adalah hal yang membosankan jika harus di pelajari oleh anak-anak karena terlalu banyak materi yang harus diketahui tetapi jika dikemas dengan menggunakan animasi atau game seperti ini akan lebih

memudahkan anak-anak untuk mempelajarinya karena dilengkapi dengan audio visual yang menarik.

Bercerita tentang petualangan yang harus menjelajah waktu ke zaman pra-sejarah demi mengumpulkan 3 kristal dinosaurus yang memiliki kekuatan super kristal yang dicari yaitu kristal raungan, kristal terbang dan terakhir ada kristal serang.

1. Kristal Raungan

Kristal Raungan memiliki ciri khas berwarna merah menyala. Kristal yang bisa menghasilkan kekuatan raungan ini dimiliki dan dilindungi oleh King seekor t-rex dinosaurus terkuat pada zaman itu.

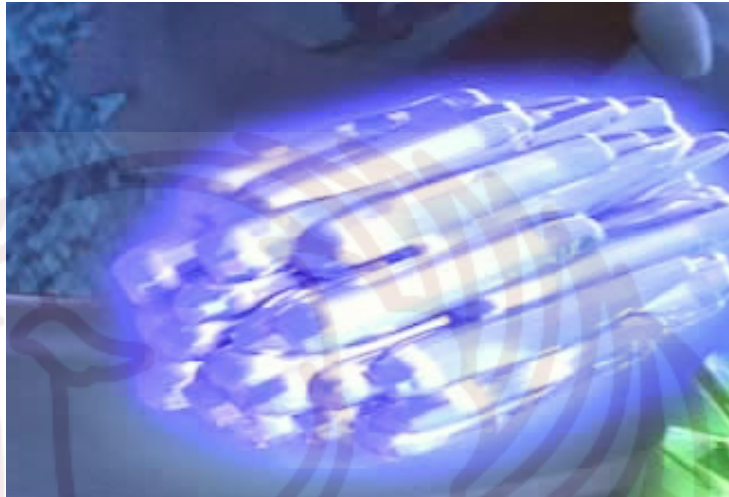


Gambar 10. Kristal Raungan
(Sumber. <https://www.google.com/search?safe=strict&rl>.
Diakses 8 September 2019)

2. Kristal Terbang

Kristal terbang dimiliki oleh suku cakar terbang sejenis pterodaktil terbang yang tinggal dipuncak gunung api hitam, kristal

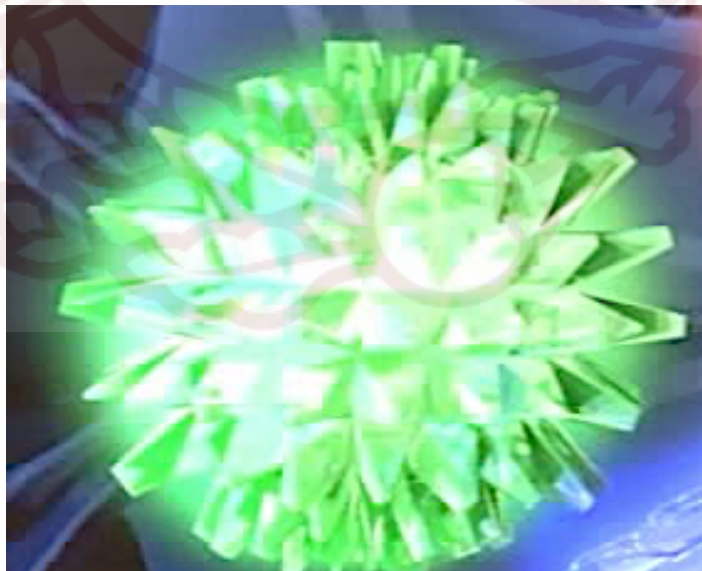
berwarna biru tua ini memiliki kekuatan utama yaitu kekuatan terbang.



Gambar 11. Kristal Terbang
(Sumber. <https://www.google.com/search?safe=strict&rl>.
Diakses 8 September 2019)

3. Kristal Serang

Kristal serang dimiliki oleh suku cula tiga yang kuat dan bergerak bersama ke arah tujuan mereka. Ketiga kristal ini harus mereka dapatkan sebelum jatuh di tangan orang jahat seperti Shadow Master.



Gambar 12. Kristal Serang
(Sumber. <https://www.google.com/search?safe=strict&rl>.
Diakses 8 September 2019)

Versi Dinoterra menjadi lebih komplit karena mempunyai media pendukung yang lebih lengkap dari versi lain, karena selain memiliki game android yang bisa didownload di *play store* versi ini menyediakan *activity book* yaitu buku petualangan yang berisi tentang berbagai aktivitas dan informasi unik dan menarik. Buku yang menyediakan beberapa judul petualangan Paddle Pop dan teman-temannya dikemas menarik dengan cerita bergambar yang bisa digunting dan tempel, *game* tebak kata, permainan labirin, membuat gunung berapi sebagai prakarya dan menggunting topeng, satu buku berisi banyak manfaat dan permainan hal ini membuat anak-anak menjadi tidak bosan ketika membaca buku. Dilengkapi dengan infografis tentang harimau putih dan stiker dinosaurus yang harus digunting dan ditempelkan berguna untuk melatih kesabaran dan kecermatan anak.

Melalui semua strategi periklanan yang dilakukan Paddle Pop sukses menjadikan singa sebagai karakter utama yang di cintai oleh masyarakat, hal ini terbukti dengan prestasi yang dihasilkan yakni menjadi ikon terfavorit pada acara *Bright Awards* tahun 2017. *Bright awards* merupakan sebuah ajang penghargaan bagi insan periklanan televisi Indonesia yang digelar oleh MNC Media berdasarkan survey *Top of Mind* oleh lembaga riset *independent* Roy Morgan terhadap 1.800 responden di 17 provinsi, 22 kota besar di Indonesia kemudian pemenang ditentukan berdasarkan pilihan terbanyak dari konsumen. Oleh karena itu *bright awards* menjadi suatu hal yang sangat penting untuk semua pelaku industry kreatif yang bergerak di bidang *property*, investasi dan media. Di bagian media MNC media menjadi media terbesar dan terintegrasikan di Asia Tenggara dengan memiliki

empat stasiun TV nasional yaitu RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews serta 20 channel yang disiarkan di TV berlangganan MNC channel.



BAB III

TINJAUAN VISUAL KARAKTER SINGA PADDLE POP

VERSI DINOTERRA

A. Tokoh di dalam Paddle Pop versi Dinoterra

Tokoh atau karakter merupakan salah satu komponen utama yang terpenting dan harus ada dalam sebuah film selain alur cerita, *back song*, ataupun properti yang digunakan. Dalam sebuah film ada dua jenis karakter yang digunakan yaitu karakter utama yang di tampilkan secara terus menerus dan karakter tambahan atau karakter pembantu yang akan di tampilkan selama beberapa kali saja dan tidak terlalu sering terlihat. Karakter utama memiliki peran penting untuk menyampaikan isi cerita dari sebuah film atau iklan yang dibuat atau bisa di katakana menjadi poros sebuah film, oleh karena itu desain karakter harus dibuat sebaik dan semenarik mungkin.

Umumnya karakter dalam film animasi menggunakan model manusia atau penggabungan hewan dan manusia, tetapi tidak sedikit pula yang menggunakan benda mati seperti mobil, kereta, peralatan dapur, dan tumbuhan. Secara visual karakter yang dibuat memang tampak seperti hewan ataupun benda mati lainnya namun sifat dan perilaku jadi seperti manusia yang dibuat bisa melakukan aktivitas manusia seperti makan, mandi, berenang, kungfu, bersepeda atau kegiatan lainnya. Selanjutnya karakter juga memiliki perasaan emosional seperti sedih, marah, bingung, kecewa dan senang.

Karakter yang akan di buat harus disesuaikan dengan visi misi desainer, misalnya ketika akan membuat karakter hewan yang lucu dan jago kungfu berarti umumnya postur tubuh karakter akan di buat menyerupai postur tubuh atlet kungfu.



Gambar 13. Atlet Kungfu dan HewanPanda
(Sumber. <https://www.google.com/search?safe>
diakses 11 September 2019)

Berikut merupakan contoh karakter penggabungan antara manusia dan hewan. Secara visual tampak sekali bahwa karakter ini merupakan sosok yang jago bermain Kungfu.



Gambar 14. Karakter Kungfu Panda
(Sumber. www.google.com/search?q=kungfu+panda&safe
diakses 11 September 2019)

Film animasi Paddle Pop memiliki banyak karakter yang terbentuk dari penggabungan antara hewan dan manusia. Seperti Professor Higgabottom yang merupakan campuran antara burung hantu dan manusia, kemudian Paddle Pop penggabungan antara singa dengan manusia dan masih banyak lagi.

1. Paddle Pop

Dahulu kala terjadi penyerangan oleh musuh yang memiliki kekuatan jahat bernama Shadow Master ketika kerajaan singa dipimpin oleh Raja Adisa dan ratu Shifa, kemudian kekuatan jahat itu berusaha untuk menghancurkan kerajaan singa dan merebut kristal ajaib. Sang raja dan ratu memiliki seorang anak bernama Paddle Pop yang di bawah oleh orang kepercayaan mereka yaitu professor Higgabottom ke hutan pedalaman. Kemudian professor menitipkannya pada sepasang berang-berang yang tidak memiliki seorang anak dan merawat singa kecil yang imut hingga menjadi seorang singa dewasa yang kuat dan berani.

Ketika dewasa professor menceritakan kepada Paddle Pop bahwa dia adalah anak dari sepasang raja dan ratu yang dulu terpaksa diungsikan untuk diselamatkan dari Shadow Master. Saat mulai menjadi dewasa dan kuat Paddle Pop didaulat menjadi raja untuk memimpin kerajaan singa dan untuk menggantikan ayahnya yang tewas dibunuh Shadow Master. Banyak misi yang harus diselesaikan untuk menjaga kerajaan agar tetap damai dan jauh dari kesengsaraan. Dalam setiap petualangan yang terjadi Paddle Pop selalu ditemani oleh Liona, Spike, Twice dan professor Higgabottom.

Setiap misi Paddle Pop selalu mengambil keputusan dengan cepat karena dia merupakan pemimpin dalam kelompok petualangan melawan *Shadow Master*. Keputusan cepat yang di ambilnya sering membuatnya menjadi orang yang ceroboh, kecerobohan yang di miliknya juga bisa membawanya dan teman-teman mendapat masalah yang lebih banyak dan berbahaya karena setiap keputusan yang diambil tidak difikir dan dipertimbangkan dengan baik, akan tetapi kekompakan mereka selalu berhasil membawa tim ini keluar dari zona berbahaya dan menyelesaikan misi dengan sukses.

Paddle Pop memiliki tongkat singa warisan dari ayahnya yaitu raja Adisa yang memiliki kekuatan dahsyat. Awalnya tongkat ini patah karena patah ketika sang raja bertarung dengan Shadow Master untuk melindungi kerajaan dan keluarganya sehingga tongkat menjadi tidak bisa digunakan, akan tetapi suatu ketika tongkat ajaib bisa menyatu dengan kekuatan singa yang di miliki Paddle Pop. Tongkat yang memiliki kekuatan untuk melawan kejahatan ini merupakan simbol kekuatan dari kerajaan singa, tongkat ini sering sekali digunakan untuk melindungi teman-teman Paddle Pop dari seranangan musuh yang berbahaya akan tetapi memiliki kelemahan yang tidak bisa digunakan di dalam air. Kemudian Paddle Pop memiliki tiga jurus yaitu naluri singa, keberanian singa dan kekuatan singa.



Gambar 15. Paddle Pop
(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict
diakses 5 juli 2019)

2. Liona

Film yang diproduksi oleh Paddle Pop akan selalu ada perbedaan tokoh hal ini berkembang sesuai dengan alur cerita yang dibuat, versi dinoterra menghadirkan Liona seekor singa betina yang kuat, cerdas, mandiri, lembut dan juga penyayang yang memiliki jiwa keberanian melawan kejahatan. Liona sangat mahir dalam mengendarai kapal *phoenix* yang dulu dibuat ayahnya sebelum ditangkap oleh Shadow Master. Kemudian dia sangat suka membaca, hal ini membuatnya memiliki banyak informasi yang membantu dalam setiap petualangan karena Liona mampu memperhitungkan dengan baik setiap keputusan yang akan diambilnya. Busur panah ajaib menjadi senjata andalannya, busur ini didapatkan setelah menolong anak singa dari suku taring

Panjang. Setelah dimodifikasi oleh professor Higgabotom alat ini dapat berfungsi sebagai tali salo dan panah.



Gambar 16. Liona

(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict diakses 5 juli 2019)

3. Spike

Setelah itu ada Spike seekor landak baik hati teman Paddle Pop waktu masih di hutan yang memiliki sifat konyol dan menghibur siapapun didekatnya, sifatnya begitu penakut tetapi Spike berusaha menjadi berani demi berjuang Bersama Paddle Pop dan teman-temanya. Tidak ada hal lain yang dipikirkan selain teman-teman dan makanan kebaikan hatinya menjadikan Paddle Pop dan Liona begitu mempercayainya. Untuk melindungi dirinya Spike akan menggulungkan tubuhnya jika keadaan genting persis seperti landak pada umumnya.



Gambar 17. Spike

(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict diakses 5 juli 2019)

4. Twitch

Twitch merupakan bunglon biru yang sangat suka berpetualang dan juga teman Paddle Pop sewaktu masih hidup di hutan. Dia sering bermain dengan Spike dan berteman dekat dengannya. Bunglon biru ini sangat menyukai sihir dan ingin menjadi seorang penyihir yang mempunyai tongkat bintang. Twitch memiliki kelebihan bisa mengubah warna kulit menyerupai warna lingkungan disekitar seperti ketika didekat batang pohon dia bisa merubah warna kulitnya menjadi coklat, ketika di dekat semak-semak dia merubah warna menjadi hijau.



Gambar 18. Twitch

(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict diakses 5 juli 2019)

5. Profesor Higgabottom

Professor merupakan burung hantu bijaksana yang membawa Paddle Pop lari ke hutan untuk menyelamatkannya dari Shadow Master. Professor merupakan penasehat bagi Raja Adisa sekaligus pembimbing tata karma kerajaan ketika Paddle Pop menjadi raja. Memiliki kecerdasan yang luar biasa dan dengan pengalamannya selama bertahun-tahun professor mengetahui hampir semua misteri di dunia. Karena kecerdasan yang dimilikinya professor selalu berhasil menemukan peralatan dengan teknologi tinggi dalam labnya.



Gambar 19. Prof. Higgabottom
(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict
diakses 5 juli 2019)

6. Kara

Kara merupakan seekor gajah abu-abu yang mempunyai kedudukan sebagai jenderal pasukan elit militer yang meninggalkan tanah kelahirannya demi menemani perjuangan Paddle Pop. Dahulu kala kaum

gajah pernah di serang dan di habisi oleh Shadow Master oleh karena itu Kara memilih untuk bersekutu dengan bangsa singa untuk memberantas kekuatan jahat dan menyelesaikan setiap misi yang ada. Mempunyai sifat yang berani dan setia menjadikan Paddle Pop begitu percaya pada Kara untuk menemaninya dibarisan terdepan ketika menghadapi musuh.



Gambar 20. Jenderal Kara
(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict
diakses 5 juli 2019)

7. Nikko

Nikko berasal dari suku cangkang keras merupakan kura-kura berwarna biru mempunyai sifat bijaksana yang membantu mewujudkan ramalan kuno setelah mengetahui masa lalu dan masa depan Paddle Pop. Dia mempunyai kompas kepercayaan dan ketapel yang berguna untuk mengarahkan kawanan dinosaurus menuju kristal dinosaurus. Ketika Paddle Pop dan teman-teman tersesat Nikko menggunakan kompasnya untuk menolong dan menunjukkan arah ke kawanan dinosaurus untuk

mengambil kristal ajaib di tempat-tempat yang tersembunyi. Misi dapat terselesaikan berkat bantuan dari Niko mengingat Paddle Pop dan teman-temannya tidak banyak memiliki petunjuk



Gambar 21. Niko
(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict
diakses 5 juli 2019)

8. Ratu Felina

Ratu Felina merupakan pemimpin bangsa harimau putih dan musuh bebuyutan bangsa singa, demi membalaskan dendam bangsanya karena dahulu bangsa harimau diusir ke padang gurun beku membuat dia bersekutu dengan Shadow Master musuh bebuyutan raja Adisa penguasaha kejahatan yang datang dari planet asing demi menguasai kristal penuh kekuatan untuk menambah kekuatan dan menjadi satu-satunya penguasa diseluruh dunia. Ratu ini mempunyai pusaka 12 butiran es waktu yang bisa digunakan untuk membuka gerbang waktu ke masa lalu, hal inilah yang dimanfaatkan Shadow Master dari Raru Felina untuk

membukakan gerbang masa lalu menuju zaman pra sejarah masa dinosaurus.



Gambar 22. Ratu Felina
(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict
diakses 5 juli 2019)

Dahulu kala sebelum dewasa dan bermusuhan, ratu Felina merupakan teman dekat Paddle Pop, mereka sering bermain, berlatih dan menghabiskan waktu bersama di hutan akan tetapi ibu ratu Felina melarangnya untuk berteman dengan dengan Paddle Pop karena berasal dari kerajaan singa. Ketika bangsa harimau sudah berdamai dengan bangsa singa Ratu Felina mengarahkan pasukannya yaitu harimau putih untuk membantu bangsa singa melawan kejahatan Shadow Master.

9. Raja Adisa dan Ratu Shifa

Raja Adisa dan ratu Shifa merupakan orang tua kandung Paddle Pop yang memimpin kerajaan singa dan mereka begitu dicintai oleh rakyatnya. Ratu Shifa dikenal sebagai sosok yang cantik dan berkharisma

sedangkan raja Adisa terkenal dengan keberanian dan kebijaksanaanya ketika memimpin, sifat inilah yang kelak diwariskan kepada Paddle Pop. Ketika Paddle Pop kecil terjadi penyerangan di kerajaan singa oleh pasukan jahat dan untuk melindungi anaknya dan kristal singa raja Adisa harus tewas ditangan Shadow Master.



Gambar 23. Orang Tua Paddle Pop
(Sumber. www.google.com/search?q=karakter+paddle+pop&safe=strict
diakses 5 juli 2019)

B. Tinjauan Visual Karakter Singa Paddle Pop Versi Dinoterra

Desain tokoh atau karakter yang baik dan menarik dapat dijadikan kekuatan tersendiri untuk sebuah *brand*. Paddle Pop menjadikan singa sebagai daya tarik tersendiri untuk es krim yang di produksi oleh *Unilever*. Oleh karena itu penelitian ini akan membahas tinjauan visual karakter berdasarkan teori karakter milik

McCloud, menurutnya ketika akan membuat sebuah karakter yang baik ada tiga hal yang harus ada ketika membuat design karakter yaitu kejiwaan yang dimiliki atau *inner life*, ciri khas atau *visual distinction*, kemudian yang terakhir ada sikap ekspresif.

1. Kejiwaan karakter atau inner life

Setiap aktivitas yang dilakukan tubuh di pengaruhi oleh kejiwaan yang melatar belakangnya, perbedaan riwayat hidup yang menjadikan setiap karakter mempunyai perilaku atau sikap yang berbeda-beda. Kemudian ada sifat dasar yang di miliki oleh setiap karakter bawaan sejak lahir, hal ini akan tampak apabila seseorang akan menunjukan jati dirinya kepada dunia. Paddle Pop tumbuh menjadi seorang raja yang kuat, mandiri, berani dan tanggung jawab karena raja Adisa ayahnya juga seorang raja yang sangat kuat, berani dan bertanggung jawab terhadap kerajaan singa maupun dengan keluarganya.

Pada masa itu Paddle Pop di bawa ke hutan oleh Professor Higgabotom untuk menghindari perburuan Shadow Master dan menitipkan singa kecil kepada sepasang berang-berang untuk merawat dan membesarkannya. Ketika kecil Paddle Pop sudah terbiasa membantu berang-berang dan inilah yang menjadikannya tumbuh menjadi seseorang yang mandiri dan bertanggung jawab. Aspek ini sebenarnya lebih menekankan pada lingkungan disekitar yang membentuk karakter tokoh, bagaimana latar belakang cerita,

pola pengasuhannya, dan apa yang menjadi inspirasi mereka, kemudian apa yang diperjuangkan.



Gambar 24. Paddle Pop dan Liona mengalahkan Shadow Master
(Sumber. *Screenshot* youtube.com/watch?v=9ZVXwQ2kVl4
diakses 9 Agustus 2019)

Gambar di atas menceritakan adegan Paddle Pop dan Liona yang berjuang melawan Shadow Master dan Dinosaur di tengah hutan belantara dengan menggunakan es krim tornado. Karena Paddle Pop memiliki sifat pemberani maka dia berani melawan setiap musuh yang ada dihadapannya sebesar dan sekuat apapun seorang musuh, tekadnya selalu bulat untuk bisa mengalahkannya. Sifat pemberani ini turun temurun dari ayahnya raja Adisa yang merupakan seorang raja yang kuat dan pemberani.


2. Visual Distintion



Bisa diartikan sebagai tampilan visual atau sesuatu yang tampak dan bisa dilihat dengan mata telanjang. Tampilan visual menjadikan setiap karakter memiliki ciri khas yang berbeda dengan karakter lain, hal ini memudahkan orang untuk mengenali pekerjaan tanpa harus berkenalan. Sama halnya seperti seorang ojek *online* suatu perusahaan, kini mereka sangat mudah dikenali oleh masyarakat dengan adanya atribut yang dikenakan.


Baju menjadi salah satu ciri khas masing-masing karakter dalam sebuah film, umumnya mereka hanya akan menggunakan satu kostum yang sama dan tidak ganti-ganti hal ini dilakukan untuk memudahkan anak-anak mengenali setiap tokoh yang bermain dalam film tersebut. Paddle Pop mengenakan kostum seorang petualang, hal ini terlihat dari pakaian yang digunakan olehnya.


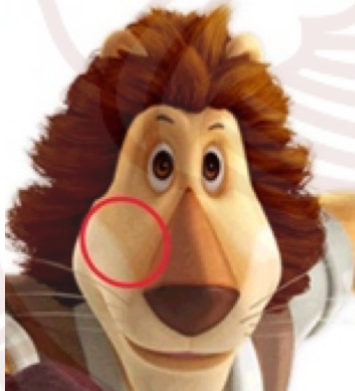
Tabel ini akan menjelaskan aspek yang menekankan pada tampilan secara visual ini yang membuat Paddle Pop menjadi tokoh dengan karakteristik begitu kuat karena berbeda dengan tokoh lain yang merujuk pada teori Dewi Sunar (2013:37). Karakter dibuat semenarik mungkin sesuai dengan alur cerita yang mengisahkan tentang seorang raja singa yang gemar berpetualang, mulai dari baju, sepatu dan aksesoris lain yang digunakan singa ini adalah pakaian yang digunakan seorang petualang (orang yang gemar berpetualang). Kemudian singa ini sukses membuat orang


memahami hanya dengan melihat kostum yang dikenakan bahwa Paddde Pop adalah seorang petualang yang memiliki sifat pemberani dan suka melakukan perjalanan untuk menyelesaikan setiap misi yang ada.


| No. | Gambar | Deskripsi |
|-----|---|---|
| 1. |  | Paddle Pop memiliki ciri khas rambut panjang kebelakang dan berwarna coklat, umumnya karakter yang memiliki rambut panjang kearah belakang memiliki kepribadian yang suka dengan kebebasan dan sangat mengenali identitas dirinya sendiri, oleh karena itu hampir semua misi yang dijalankan selalu berhasil hal ini dikarenakan dia tahu akan setiap resiko yang ditanggung ketika mengambil keputusan akan memper-tanggungjawabkan. |


| | | |
|----|---|---|
| 2. |  | <p>Karakter yang memiliki bentuk mata besar mempunyai mempunyai sifat yang baik, hangat dan mudah bergaul dengan orang yang baru ditemuinya. Paddle Pop merupakan karakter yang humble mudah bergaul dengan siapapun dan memiliki banyak teman yang selalu membantunya disetiap misi yang harus diselesaikan, kemudian dia selalu bertemu orang baru di setiap misinya.</p> |
| 3. |  | <p>Seseorang yang memiliki alis sejajar dengan lebar mata menandakan bahwa orang yang memilikinya adalah tipe orang yang dapat berdiri di depan sebagai pemimpin. Kemudian tipe pemilik alis seperti ini</p> |


| | | |
|----|--|--|
| | | merupakan orang yang mempunyai keberuntungan yang baik dan berhasil di setiap kondisi yang laluinya. |
| 4. |  | <p>Paddle Pop memiliki jenis hidung yang besar dan lebar umumnya merupakan orang yang ekspresif dan memiliki semangat di luar batas normal. Singa ini mampu memberikan dukungan dan menyalurkan semangat ke teman-temannya ketika tim yang mereka bangun sudah mulai kehilangan arah dan kelelahan ketika menyelesaikan misi mereka. Menjadi orang yang ekspresif membuat Paddle</p> |
| 5. | | <p>Bentuk bibir lebar menunjukan pemiliknya adalah seseorang yang memiliki kepribadian ceria</p> |

| | | |
|----|---|---|
| |  | <p>dan hiperaktif, suka melakukan hal dengan tekad yang bulat, bisa mengandalkan diri sendiri dan bisa bertahan dalam kesusahan.</p> |
| 6. |  | <p>Paddle Pop memiliki pipi yang sempit tetapi padat atau keras, seseorang yang memiliki bentuk pipi seperti ini umumnya merupakan orang yang keras kepala dan berpendirian teguh terhadap prinsip yang sudah di pilih. Sebagai salah satu contoh raja singa ini memiliki sifat yang keras kepala dan berprinsip kuat adalah ketika dia memutuskan untuk menyelesaikan sebuah misi maka bagaimanapun caranya dia harus bertahan dan menyelesaikan misi itu.</p> |




| | | |
|----|--|--|
| | | <p>Seringkali Paddle Pop mengorbankan keselamatan dirinya demi misi yang harus diselesaikan. Hal ini menjadikan Paddle Pop menjadi seseorang yang keras kepala sekaligus teguh pada pendiriannya.</p> |
| 7. |  | <p>Seseorang yang memiliki dagu lancip mempunyai aura positif, mudah bergaul dan sangat bersahabat dan memiliki kemampuan mengambil keputusan secara cepat. Paddle Pop merupakan karakter yang mudah bergaul dengan siapapun dan dimanapun, hal ini menjadikan dia memiliki banyak teman karena di setiap misi akan selalu bertemu dengan teman baru. Akan tetapi raja</p> |


| | | |
|----|---|---|
| | | <p>singa ini selalu membuat teman-teman dalam timnya harus menghadapi masalah yang tak terduga karena setiap keputusan yang diambil oleh sang raja tidak terpicik dengan baik bahkan terburu-buru, suka sekali membuat keputusan secara cepat tapi belum tentu tepat.</p> |
| 8. |  | <p>Karakter yang memiliki dahi pendek merupakan orang yang kurang cerdas dan berpikiran pendek. Paddle Pop mempunyai bentuk dahi yang pendek atau sempit, raja singa dikenal sebagai seseorang yang suka gegabah dan kurang pandai dalam mengambil keputusan karena tidak berfikir Panjang ketika memutuskan sebuah perintah. Oleh karena itu</p> |

| | | |
|----|---|--|
| | | <p>disetiap petualangan sanga raja selalu mengajak Liona, sahabatnya yang cerdas dalam segala hal dan pembuat strategi yang handal.</p> |
| 9. |  | <p>Bentuk bahu tegap menandakan bahwa orang yang memiliki bentuk tersebut adalah orang cepat mengambil keputusan yang terkadang menghasilkan penyesalan dibelakang. Paddle Pop seringkali menghadapi permasalahan mengambil keputusan secara gegabah dan hal inilah yang sering membawanya dalam celaka dan membahayakan nyawa teman-temanya. Dari bentuk tubuh juga dapat diketahui bagaimana karakter tersebut seperti</p> |

| | | |
|-----|--|---|
| | | pemberani, pemarah, pemalu dan seterusnya. |
| 10. |  | <p>Polo <i>shirt</i> termasuk jenis pakaian yang santai, sopan tetapi tetap terlihat memukau, hal ini menjadikan karakter yang menggunakan polo <i>shirt</i> mengundang banyak perhatian orang. Paddle Pop yang merupakan anak kerajaan tetapi suka dengan kebebasan memang cocok sekali menggunakan baju jenis ini. Warna baju putih mencerminkan kepribadian yang mencintai kebebasan dan dapat diandalkan.</p> |

| | | |
|-----|---|---|
| 11. |  | <p>Rompi biasanya dibuat dari bahan yang dapat menahan udara agar tidak langsung mengenai tubuh, hal ini berguna untuk seseorang yang senang melakukan kegiatan <i>outdoor</i> atau diluar ruangan.</p> |
| 12. |  | <p>Sarung tangan berfungsi untuk melindungi tangan pada saat melakukan perjalanan atau petualangan dan melindungi dari api, suhu pahas, suhu dingin, arus listrik, goresan dan pukulan. Pada dasarnya sarung tangan menjadi bagian dari semua kalangan seperti seorang pembalap, olahragawan, petualang, dsb.</p> |

| | | |
|-----|---|--|
| 13. |  | <p>Aksesoris selanjutnya yang digunakan Paddle Pop adalah ikat pinggang berwarna coklat yang berfungsi untuk mengikat celana agar tidak jatuh.</p> |
| 14. |  | <p>Celana panjang memang cocok sekali digunakan untuk aktivitas diluar ruangan untuk menghindari dari gigitan serangga, panas, dan tergores benda tajam.</p> |
| 15. |  | <p>Sepatu seperti ini menyerupai sepatu gunung hiking boots yaitu sepatu yang biasa digunakan oleh seorang <i>backpacking</i> atau orang yang biasa berpegian jauh maupun berpetualang. Paddle Pop cocok sekali menggunakan sepatu jenis</p> |


| | | |
|-----|---|--|
| | | ini jika melihat aktivitasnya yang sering terjadi diluar ruangan. |
| 16. |  | Tongkat singa merupakan senjata andalan Paddle Pop warisan dari ayahnya yaitu Raja Adisa, tongkat ini biasa digunakan untuk melawan kejahatan seperti Shadow Master. |

Tabel 6. Visual Distintion
(Sumber: Mimin Kurniawati, 2019)


3. Sikap Ekspresif


Pada umumnya aspek ini merupakan bentuk komunikasi secara tidak langsung yang berhubungan dengan suasana hati atau *mood*. Sikap ekspresif adalah cara berbicara seseorang dan tingkah laku yang menyatu dengan karakter serta memberi kesan secara mendalam. Sikap tokoh akan mencerminkan perilaku keseharian yang biasa dilakukan, kemudian bahasa tubuh dapat menunjukan keadaan karakter dan terakhir mimik wajah merupakan cara memvisualisasikan emosi dan perasaan dengan tepat.

| No. | Gambar | Deskripsi |
|-----|---|--|
| 1. |  | <p>Ekspresi Paddle Pop saat sedang sedih terlihat dari tatapan matanya yang begitu sayu dan melihat ke arah bawah. Hal ini terjadi karena ditengah perjalanan menyelesaikan misi Liona bertanya tentang hubungan Ratu Felisa dan Paddle Pop. Dahulu kala Ratu Felisa adalah teman kecil Paddle Pop sewaktu mereka hidup bersama di hutan. Akan tetapi mereka harus terpisah karena bangsa harimau diusir oleh bangsa</p> |

| | | |
|----|--|---|
| | | <p>singa, hal ini yang menjadikan ratu Felisa dendam kepada bangsa singa. Selanjutnya ratu harimau putih bersatu dengan Shadow Master untuk sama-sama menghancurkan kerajaan singa yang dipimpin oleh Paddle Pop.</p> |
| 2. |  | <p>Kedua alis mata yang mengkerut dan mata sedang memandang sinis ditambah dengan ekspresi bibir yang mengecil menunjukkan bahwa Paddle Pop sedang merasakan perasaan marah dalam dirinya.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Ekspresi itu diakibatkan oleh kejadian saat ingin masuk kedalam gerbang waktu masuk lalu untuk menuju zaman pra-sejarah demi mencari kristal ajaib Paddle Pop dan teman-teman dihadang oleh tentanra harimau putih suruhan ratu Felina. Jadi raja singa ini harus bertaruh dulu untuk melawan tantara harimau putih demi bisa pergi ke zaman pra-sejarah menyusul rekannya yang sudah</p> |
|--|--|

| | | |
|----|--|---|
| | | berangkat terlebih dahulu. |
| 3. |  | <p>Salah satu ekspresi senang yang ditunjukkan oleh Paddle Pop terlihat dari sudut mulutnya yang tertarik ke atas dan ke belakang kemudian pupil mata tampak membesar, hal ini terjadi karena telah menyelesaikan misi dengan baik dan sukses. Paddle Pop selalu tersenyum untuk menunjukkan kebahagiaan karena telah berhasil mengalahkan musuh dan menyelesaikan setiap tantangan yang ada.</p> |

| | | |
|----|---|--|
| 4. |  | <p>Perasaan takut dapat muncul secara tiba-tiba dan tanpa disengaja seperti yang ditunjukkan oleh Paddle Pop seperti gambar disamping. Ekspresi takut ditandai dengan kedua alis yang naik secara bersamaan dan kelopak mata tampak menegang kemudian ekspresi bibir seperti terbuka membentuk horisontal. Kejadian ini terjadi karena Paddle Pop waktu itu harus masuk ke dalam perut gunung api yang sangat panas demi</p> |
|----|---|--|

| | | |
|--|--|---------------------------------------|
| | | mendapatkan salah satu kristal ajaib. |
|--|--|---------------------------------------|

Tabel 7. Sikap Ekspresif Paddle Pop
(Sumber: Mimin Kurniawati, 2019)

Sikap ekspresif wajib dimiliki oleh setiap karakter untuk memudahkan *audiens* memahami cerita yang dibawakan. Selain itu jika karakter tidak mempunyai sikap ekspresif maka cerita yang dibawakan tidak akan ada nilai emosionalnya dan akan berjalan dengan membosankan. Oleh karena itu alangkah lebih baiknya jika membuat karakter wajib memiliki sikap ekspresif agar penonton tidak mudah merasa bosan dengan karakter ataupun cerita yang dibawakan.

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa karakter singa Paddle Pop memiliki sikap ekspresif sesuai dengan apa yang dialaminya contohnya seperti ketika akan menjalankan misi dia akan menunjukkan wajah yang positif dan penuh dengan optimis, raut wajahnya seakan berbicara bahwa misi yang akan dijalankan akan berjalan dengan lancar dan sukses. Sikap seperti ini berdampak positif bagi lingkungan sekitar terutama teman-temannya yang akan ikut berpetualang. Selanjutnya ketika sedih dia akan menunjukan wajah murung seperti terjadi hal paling buruk didunia. Hal ini mempermudah *audiens* untuk memahami cerita yang dibawakan dan mengikuti alur cerita dengan baik.

BAB IV

PENGARUH DESAIN KARAKTER SINGA PADDLE POP

TERHADAP IKLAN

Banyak komponen yang harus diperhatikan ketika hendak membuat sebuah iklan ataupun film animasi selain alur cerita, desain karakter, Karakter singa dalam iklan animasi Paddle Pop dibuat dengan perancangan yang matang dan penuh dengan pertimbangan sesuai dengan filosofi Paddle Pop itu sendiri. Salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah iklan ataupun film animasi adalah tokoh atau karakter yang digunakan sebagai ikon utama mampu menarik perhatian konsumen. Umumnya iklan memang harus dibuat semenarik mungkin untuk mengundang semua perhatian dari konsumen agar mau melihat iklan.

Hampir semua perusahaan menggunakan iklan sebagai salah satu cara untuk mempromosikan produk mereka, mulai dari perusahaan besar, menengah, sampai usaha kecil yang belum memiliki perusahaan dan umumnya masih belum memiliki banyak karyawan juga menggunakan iklan sebagai salah satu alternatif untuk mengenalkan produk yang mereka hasilkan. Untuk membuat iklan yang diminati banyak orang kemudian tertarik dengan produk yang ditawarkan ada beberapa aspek yang harus ada ketika membuat iklan seperti *Attention*: mengandung daya Tarik lalu ada *Interest*: mengandung perhatian dan minat selanjutnya *Desire*: memunculkan keinginan untuk mencoba atau memiliki kemudian ada *Conviction*: menimbulkan keyakinan terhadap produk selanjutnya ada *Decision*: menghasilkan

kepuasan terhadap produk yang terakhir ada *Action*: mengarah tindakan untuk membeli beberapa aspek ini biasanya disingkat AIDCA.

A. Attention

Hal pertama yang dibutuhkan dalam proses komunikasi periklanan adalah attention atau perhatian dari *audiens*. Dalam hal ini perusahaan yang membuat iklan dituntut untuk membuat promosi yang mampu menyita perhatian konsumen. Umumnya perhatian bisa di dapatkan dengan visualisasi iklan yang menarik, visual menjadi faktor utama yang dapat menarik perhatian mata konsumen. Iklan Paddle Pop versi Dinoterra menggunakan teknik 3d dan memiliki *tone* warna yang kontras sehingga menghasilkan visual yang mampu menarik perhatian dan memanjakan mata penonton.



Gambar 25. *Screenshoot* Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 10
Sumber. www.youtube.com diakses pada 17 November 2019

Faktor selanjutnya yang membuat produk semakin menarik minat konsumen adalah desain *packaging* produk, visual gambar yang menarik karena ditambahkan karakter, pemilihan warna yang kontras dan pemilihan *font* yang tepat. Gambar di bawah merupakan beberapa contoh desain kemasan es krim Paddle Pop.



Gambar 26. Desain kemasan Es Krim Paddle Pop
Sumber. [paddle-pop-adventures.fandom.com/id/wiki/Paddle_Pop_\(es_krim\)](http://paddle-pop-adventures.fandom.com/id/wiki/Paddle_Pop_(es_krim))
diakses 3 Agustus 2019)

Paddle Pop selalu menggunakan warna kontras untuk desain kemasan es krimnya. Kontras merupakan perbedaan warna yang mencolok dan menimbulkan kesan perbedaan seperti tidak menyatu antar satu dengan lain. Warna yang digunakan seperti merah, kuning, biru, hijau dan ungu karena warna-warna seperti ini mudah menarik perhatian mata terlebih target dari produk ini adalah anak-anak di mana mereka cenderung menyukai warna kontras dari pada warna *soft*.

Es krim Paddle Pop juga menambahkan logo yang menjadi simbol kebanggaan mereka. Selain untuk mengenalkan identitas perusahaan, setiap konsumen akan mempertimbangkan dari mana asal produk yang akan dibeli untuk memudahkan konsumen mengenali maka salah satu langkah terbaik yang dimiliki perusahaan adalah memberi logo di setiap kemasan. Penggunaan logo pada kemasan dapat meningkatkan *value* atau nilai perusahaan, jika berhasil membangun *branding* dengan baik maka logo akan mudah dihafalkan dan dikenang.



Gambar 27. Logo Paddle Pop
Sumber. www.google.com/search?q=paddle+pop+logo
(diakses 1 Agustus 2019)

B. Interest

Aspek kedua ini bisa diartikan sebagai ketertarikan yaitu sebagaimana iklan yang dibuat harus mampu menarik perhatian konsumen. Perhatian harus dikembangkan menjadi minat sehingga timbul rasa ingin tahu secara lebih detail dalam diri konsumen. Kejelasan pesan juga menjadi faktor penentu ketertarikan sebuah iklan yang dibuat,

iklan Paddle Pop versi Dinoterra mampu memberi pesan yang begitu jelas. Hal ini dibuktikan pada detik ke 13 yang menunjukkan bahwa raja singa dan temannya berani melawan kejahatan dengan kekuatan es krim tornado. Jelas terlihat bahwa sang raja mengajarkan keberanian melawan kejahatan kepada penonton.



Gambar 28. *Screenshoot* Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 13
Sumber. www.youtube.com diakses pada 17 November 2019

Iklan yang dikombinasikan dengan permainan akan membuat seseorang lebih mudah untuk tertarik karena terlibat secara langsung dalam kegiatan tersebut. Kata-kata penawaran seperti “mau dapetin ratusan es krim Paddle Pop?” akan membuat *audiens* merasa seperti tertantang dan tertarik untuk terlibat dalam hal yang ditawarkan. Kemudian kalimat “ayo ikutan magilicraft” akan membuat seseorang merasa tertantang untuk ikut menyelesaikan tantangan yang diberikan.

C. *Desire*

Tahapan di mana konsumen dibuat untuk menginginkan produk ataupun jasa yang sedang ditawarkan. Disini perusahaan harus mampu membuat iklan semenarik mungkin untuk membuat konsumen merasa tertarik dan terpikat akan tetapi penjualan produk harus meningkat secara signifikan. Untuk meningkatkan keinginan pembeli iklan harus berisi informasi mengenai keunggulan dan kelebihan produk. Paddle Pop versi Dinoterra menghadirkan informasi mengenai kelebihan es krim tornado pada detik ke 9 ada informasi mengenai kandungan strawberry yang dibalut dengan jelly yang mempunyai cita rasa begitu lezat.

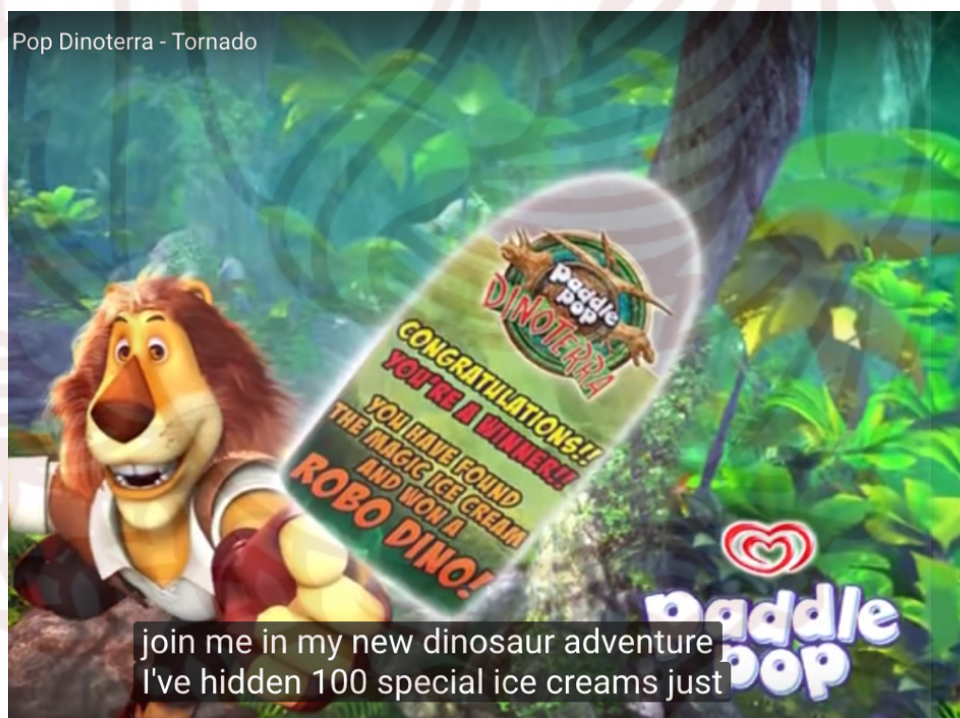


Gambar 29. Screenshot Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 13
(Sumber. www.youtube.com diakses pada 17 November 2019)

D. *Conviction*

Conviction di sebut juga sebagai keyakinan, salah satu poin yang harus di miliki sebuah iklan adalah mampu meyakinkan konsumen.

Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk membuat konsumen percaya dan yakin terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Untuk meyakinkan pembeli dibutuhkan *call to action* agar membuat pembeli dan penjual lebih merasa dekat. *Call To Action (CTA)* adalah sebuah intruksi atau perintah yang di buat agar pengunjung *website* melakukan aktivitas atau memberikan respon langsung sehingga menghasilkan suatu pembelian. Misalnya jika ada tombol CTA “Beli Sekarang” atau “Daftar Sekarang.



Gambar 30. Screenshot Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 20 (Sumber. www.youtube.com diakses pada 17 November 2019)

Iklan Paddle Pop Dinoterra memiliki *call to action* yang menarik pada detik ke 20 dikatakan bahwa *Join Me In My New Dinosaur Adventure I've Hidden 100 Special Ice Cream* yang memiliki arti

bergabunglah dengan ku dalam petualangan baru dinosaurusku, Aku telah menyembunyikan 100 es krim spesial. *Call to action* yang dimaksud adalah pada bagian *Join Me* atau bergabunglah denganku, Paddle Pop mencoba mengakrabkan diri dengan konsumen. Kemudian iklan juga menjadi menarik karena iklan mencoba membawa penonton untuk ikut dalam petualangan yang dibuat oleh perusahaan.

E. Action

Action bisa diartikan sebagai respon dari konsumen terhadap iklan yang sudah dibuat. Setelah *audiens* di buat untuk merasa tertarik dengan iklan yang sajikan oleh perusahaan, kemudian merasa membutuhkan dan yakin bahwa produk yang ditawarkan memang dibutuhkan langkah terakhir yang harus ada ketika membuat iklan adalah menumbuhkan hasrat serta minat yang dimiliki terhadap produk yang dibuat perusahaan akan membawa *audiens* pada tindakan akhir yaitu pembelian. Sehingga iklan harus dibuat untuk dapat menuntun calon pembeli untuk melakukan tindakan pembelian atau memakai produk yang sedang ditayangkan.



Gambar 31. *Screenshoot* Iklan Paddle Pop Dinoterra Detik ke 11
(Sumber. www.youtube.com diakses pada 17 November 2019)

Gambar di atas merupakan contoh *screenshoot* anak laki-laki dan perempuan yang tampak sangat menikmati es krim berwarna ungu dan merah muda dengan cita rasa anggur. Ini merupakan visualisasi salah satu adegan dalam iklan Paddle Pop Dinoterra, yang menunjukkan tentang tuntunan atau tata cara dan memberi contoh untuk mengonsumsi es krim *tornado grape*. Paddle Pop berusaha membuat iklan yang mampu membuat konsumen tertarik dan menginginkan produk yang ditawarkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kemudian dengan adanya penelitian ini dapat disimpulkan bahwa karakter singa Paddle Pop merupakan karakter yang baik dan mampu membuat masyarakat jatuh cinta kepadanya karena Paddle Pop singa memiliki tiga aspek karakter yang bagus menurut Scoot McCloud yaitu kejiwaan atau *inner life*, *visual distinction* dan sikap ekspresif, hal ini dibuktikan dengan karakter singa ini memiliki jiwa yang berani dan tangguh. Kemudian secara visual singa memiliki *dresscode* petualang yaitu rompi, sepatu, sarung tangan serta tongkat singa yang menjadikannya memiliki ciri khas tersendiri. Aspek terakhir yaitu sikap ekspresif, Paddle Pop merupakan karakter yang ekspresif karena mudah sekali menunjukkan perasaannya ketika sedih atau senang hal ini menjadikannya lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Karakter Singa ini juga berhasil mempengaruhi kesuksesan sebuah iklan karena mengandung faktor-faktor AIDCA yang diketahui merupakan faktor kesuksesan sebuah iklan. Aspek pertama ada *attention* yaitu perhatian, Paddle Pop berusaha menghasilkan visual yang mengundang perhatian masyarakat dengan menyuguhkan gambar animasi dengan teknik 3D yang membuat gambar menjadi lebih hidup. Yang kedua ada *interest* yaitu menarik, menarik yang dimaksud adalah bagaimana cara iklan mampu berkomunikasi secara jelas, dalam hal ini Paddle Pop versi Dinoterra membuat cerita dalam iklan yang begitu jelas mengatakan bahwa

karakter utama mereka adalah seseorang yang pemberani. Aspek ketiga *desire* yaitu menginginkan faktor ini berbicara bagaimana ketika membuat iklan harus ada unsur membuat konsumen menginginkan produk yang ditawarkan dengan cara memberitahu kelebihan produk, Paddle Pop versi Dinoterra mampu membuat iklan yang menginformasikan kelebihan produk yang ditawarkan yaitu es krim lezat dengan rasa strawberi dengan balutan jeli.

Aspek selanjutnya *conviction* yaitu keyakinan, banyak cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk membuat iklan yang mampu meyakinkan konsumen salah satunya dengan cara menghadirkan *cta (call to action)* atau panggilan untuk melakukan sesuatu. Paddle Pop versi Dinoterra menggunakan cta yang berbunyi *join me in my new dinosaur adventure I've hidden 100 special ice cream* yang berarti bergabunglah dengan petualangan dinosaurus terbaruku aku menyembunyikan 100 es krim, hal ini mengisyaratkan bahwa Paddle Pop mencoba mengajak penonton untuk masuk dan bergabung dengan petualang terbarunya hal ini sangat efektif untuk membuat lebih dekat dengan penonton. Aspek terakhir yaitu *action* yang berarti tindakan, yang dimaksud adalah respon dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan cara membuat konsumen melakukan tindakan adalah dengan menghadirkan visual yang memberi contoh bagaimana cara menggunakan produk yang ditawarkan. Paddle Pop versi Dinoterra menghadirkan visual dua orang anak kecil yang sedang makan es krim untuk memberi contoh bagaimana cara mengonsumsi produk yang ditawarkan.

Es krim Paddle Pop mampu membuat iklan yang menarik dengan hadirnya karakter utama seorang sing pemberani, hal ini menjadikannya sebagai produk yang

lebih unggul dari produk lain terlebih karakter mampu menjadi karakter yang bagus dan menarik menurut teori Scoot McCloud dan pada bagian iklan juga menjadi sempurna karena mampu merangsang konsumen dengan penggunaan teknik AI

B. Saran

Penelitian dengan objek karakter iklan animasi Paddle Pop versi Dinoterra dapat dikembangkan lebih jauh lagi karena masih banyak hal menarik dalam iklan yang dibuat oleh perusahaan es krim ini. Tidak hanya karakter utamanya saja yang memiliki keunikan tapi karakter pendukung lain juga memiliki kelebihan yang menarik untuk dikaji lebih dalam seperti Liona, Professor Higgabottom atau Spike. Kemudian agar objek dapat dikaji lebih luas peneliti lain bisa mengambil bagian diluar karakter seperti alur cerita, prestasi yang pernah diraih, atau film Paddle Pop dengan judul yang lain.

K. DAFTAR ACUAN

- Ana Rosmiati. 2016. Dampak Perkembangan Iklan Makanan Ringan Bagi Anak-Anak. Surakarta: Jurnal Seni dan Budaya
- Ana Rosmiati. 2014. Pemakaian Gaya Bahasa Pada Iklan Susu Formula Anak-Anak. Surakarta: Jurnal Seni dan Budaya. Vol. 12 No. 1
- Avisenna,dkk. 2013. Kajian Daya Tarik Visual Pada Desain Karakter Pokemon.Bandung : Wimba, Jurnal Komunikasi Multimedia. Vol.5 No.2.
- Apriana dan Nurul. 2015. Mengembangkan Kepercayaan Diri Anak melalui Komunikasi Ekspresif Pada Pembelajaran di Kelas Anak Usia Dini. Yogyakarta
- Ayu Fitria. 2014. Penggunaan Media Audio Visual dalam Pembelajaran Anak Cinta Damai untuk Anak Usia 3-5 Tahun. Surabaya: Jurnal Sains dan Seni Pomits vol. 3, No.1
- A, Shimp,Terence. 2001. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi
- Bambang Hari Purnomo. 2011. Metode Dan Pengumpulan Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas (*classroom action research*). Jurnal Pengembangan Pendidikan. Vol.8 No.1, hal- 251-256
- Basu Swastha, 2000. Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Jakarta : Liberty
- Dani dan Aryo. Iklan Layanan Masyarakat tentang *Cyberbulling* untuk Membentuk Awareness Masyarakat. Surabaya: Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jatim Vol. 2 Tahun 2013

- Dewi, dkk. 2013. *Kajian Transformasi Visual Desain Karakter Eevee pada Game Pokemon Series Generasi I-V: Visual Art & Design*. Vol.5 No. 2
- Dwi Sunar. 2013. *Membaca Wajah Orang*. Yogyakarta. Diva Press
- Gumelar. 2011. *Comic Making*. Jakarta PT Indeks
- Hasan, M.Iqbal . 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Herdika, Agus. Pembuatan Film Animasi 2D yang berjudul Empat Monster Pada Komunitas Multimedia Amikom Surakarta. Surakarta: Jurnal IT CIDA Vol.1 No.1 Desember 2015
- Ita Suryani. 2015. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produksi Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. Jurnal Komunikasi Vol.8 No.2
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Kotler, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran, Perspektif Asia. Jilid 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Lutfi, dkk. 2015. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Vol.23 No. 2
- Maestri, George. 2006. *Digital Character Animation 3*. Indianapolis : New Riders
- Margono. 1997. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta
- McCloud, Scott.2008.*Understanding Comic*, Jakarta : Penerbit Gramedia
- M. Suyanto. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi

Pujiyanto. 2003. Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. Malang:

Jurnal Nirmana Vol.5 No.1

Rama Kertamukti. 2015. *Strategi Kreatif dan Periklanan*. Jakarta : PT.

Rajagrafindo Persada

Rendy Adi Kurniawan. 2017. Metode Perbandingan Karakter Komik Superhero

Indonesia dengan Amerika. Yogyakarta: Tesis Program Pascasarjana Isi

Yogyakarta

Sekaran, Uma. (2011). Research Methods for business Edisi I and 2. Jakarta:

Salemba Empat.

Soenyoto, Partono. 2017. Animasi 2D. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,

Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy.(2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi III). Jogjakarta: Andi.

Toil dan Agus. Pembuatan Iklan Animasi 2D Produk Gula Semut Untuk Koperasi

Serba Usaha Jatirogo, Kulon Progo. Yogyakarta. Jurnal Ilmiah Dasi Vol.16

No.1 Hal 43-48

Tresna, dkk. 2017. *E-Proceedings of Art & Design: Vol.4, No.2, hal 152*

Usia Dini. Bandung: Jurnal Cakrawala Dini Vol. 5 No.2 tahun 2014

Wahana Komputer. 2007. Buku Latihan Desain Kartun karikatur dengan Adobe

Ilustrator CS 3. PT Elex Gramedia

<https://www.facebook.com/paddlepoppage/>

<https://www.google.com/search?safe>

Sumber. www.youtube.com diakses pada 17 November 2019

